

Opinnäytetyö (AMK)

Kirjasto- ja tietopalvelualan koulutusohjelma

2017

Janne Kuosmanen

# KONSERTILLISET MUSIIKKITAPAHTUMAT SUOMEN KIRJASTOISSA

Janne Kuosmanen

# KONSERTILLISET MUSIIKKITAPAHTUMAT SUOMEN KIRJASTOISSA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuoda esille se, miten, miksi ja millaisia kirjaston konsertillisia musiikkitapahtumia Suomessa järjestetään markkinointineen ja yhteistyökuvioineen. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Turun kaupunginkirjasto.

Teoreettiseksi viitekehykseksi on valittu tapahtumajärjestäminen painottaen markkinointia ja yhteistyömalleja. Opinnäytetyö on tapaustutkimus, jonka pääasialliseksi aineistonkeruumenetelmäksi on valittu teemahaastattelut. Tulokset ja johtopäätökset on tuotettu litteroimalla haastattelut ja teemoittelemalla ne.

Tutkimusosuudessa aihetta tarkastellaan kolmen esimerkin kautta. Tarkastelun kohteena ovat Helsingissä sijaitsevan Kirjasto 10:n, Tampereen pääkirjasto Metson musiikkiosaston ja Turun pääkirjaston musiikkiosaston musiikkitapahtumatuotannot. Haastateltavina oli kolme mainituissa kirjastoissa musiikkitapahtumien parissa työskentelevää kirjastotyöntekijää. Kirjastot valittiin aktiivisen musiikkitapahtumatoiminnan ja erilaisten toimintaympäristöjen vuoksi.

Haastatteluissa nousi esiin monia hyviä perusteita musiikkitapahtumien järjestämiseen ja se, miten tärkeää monisuuntainen yhteistyö on musiikkitapahtumatuotannolle. Tapahtumissa markkinoidaan kirjaston palveluja, mutta se on myös keskeinen asia yhteistyössä artistien ja muiden toimijoiden kanssa. Tapahtumien monipuolinen markkinointi sosiaalisessa mediassa koettiin tärkeäksi välineeksi saada tapahtumiin kävijöitä. Tärkeänä nähtiin myös, että tapahtumissa on jokin puoli, joka sitoo sen kirjastoon. Lisäksi konseptipohjaisesta konsertillisesta tapahtumatuotannosta on laadittu malli toimeksiantajan tarpeisiin. Yhtenä johtopäätöksenä nähtiin tärkeänä, että kulttuurituotantoa saataisiin tuotua myös kirjastoalan koulutukseen.

## ASIASANAT:

yleiset kirjastot, musiikkikirjastot, tapahtumatuotanto, markkinointi, yhteistyö

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme in Library and Information Services

2017 | 48

Instructor: Riikka Kulmala

Janne Kuosmanen

# CONCERT ORIENTED MUSIC EVENTS IN FINNISH LIBRARIES

The goal of this thesis is to describe how, why, and what kind of concert oriented music events including marketing and cooperation are arranged in Finnish libraries. The principal of the thesis is Turku City Library.

For the theoretical frame of reference was chosen event arrangement highlighting marketing and cooperation models. The thesis is a case study, and theme interviews were chosen for its primary data collecting method. The results and conclusions were produced by transcription and thematic analysis.

In the research part of the study, the subject is examined in three examples. The objects of examination are music event productions of Library 10 in Helsinki, Tampere Main Library Metso and Turku Main Library. Three people working in the aforementioned libraries were interviewed about event production. These libraries were chosen because of active music event activities and different operational environments.

In the interviews, many good reasons to arrange music events stood out and also the fact how important multidirectional cooperation is for music event production. In music events, library services are marketed, but marketing is also an important thing in the cooperation with artists and other actors. Versatile marketing of the events in social media was experienced as an important tool to receive attenders to events. Also seen as important were events having an aspect binding them to the library. In addition, a model of concept-based concert oriented music event production was made for the needs of the principal of the thesis. As one of the conclusions, adding culture production to the library branch education was seen as important.

## KEYWORDS:

public libraries, music libraries, event production, marketing, cooperation

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN</b>	<b>8</b>
2.1 Ideoiden tuottaminen	8
2.2 Suunnittelu	10
2.3 Toteutus	11
2.4 Kirjaston näkemys tapahtumajärjestämisestä	12
2.5 Sponsorointi ja yhteistyökumppanit	13
2.6 Keinoja kirjastotapahtuman markkinointiin	14
2.7 Musiikkitapahtuman erityispiirteitä	16
2.8 Yhteenveto	17
<b>3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS</b>	<b>18</b>
3.1 Tutkimuksen tavoitteet	18
3.2 Tutkimusote	18
3.3 Tutkimusmenetelmät	19
3.4 Haastattelujen toteutus	20
<b>4 TULOKSET</b>	<b>22</b>
4.1 Kirjasto 10	22
4.2 Tampereen pääkirjasto Metson musiikkiosasto	28
4.3 Turun pääkirjaston musiikkiosasto	33
<b>5 LOPUKSI</b>	<b>40</b>
5.1 Johtopäätökset	40
5.2 Konseptipohjaisen konsertillisen tapahtumatuotannon malli	45
5.3 Pohdintaa aiheesta	46
<b>LÄHTEET</b>	<b>47</b>

## TAULUKOT

Taulukko 1. Konseptipohjaisen konsertillisen tapahtumatuotantoon malli. ....	45
--	----

# 1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä käsitellään Turun kaupunginkirjaston toimeksiannosta Suomen kirjastoissa järjestettäviä musiikkitapahtumia. Tutkimuskohteeksi on otettu nykyaikana yleistyneet konsertilliset musiikkitapahtumat, joihin liittyy yhteistyökuvio artistin ja mahdollisesti myös muiden toimijoiden kanssa. Aiheesta on vähän tietoa saatavilla, joten sitä on hyvä tarkastella laajemmin.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kuvata konsertillisista musiikkitapahtumista ja niiden järjestämisestä kirjastoissa. Siinä pyritään selvittämään syitä, miksi konsertillisia musiikkitapahtumia järjestetään, selvittää miten tapahtumia tuotetaan käytännössä, millaisia ovat yhteistyökuviot artistien ja muiden mahdollisten toimijoiden kanssa ja millaista markkinointia toimintaan liittyy.

Kirjaston musiikkitapahtumista Suomessa ei ole olemassa varsinaista teoriakirjallisuutta. Teoreettiseksi viitekehikseksi on valittu tapahtumajärjestäminen, jossa erityistä huomiota on kohdistettu tapahtumien markkinointiin ja yhteistyömalleihin järjestävän organisaation ja sen ulkopuolisten tahojen välillä.

Tutkimusosuudessa aihetta lähestytään kolmen esimerkin kautta. Tarkastelun kohteeksi on otettu Helsingissä sijaitsevan Kirjasto 10:n, Tampereen pääkirjasto Metson musiikkiosaston ja Turun pääkirjaston musiikkiosaston musiikkitapahtumatoiminnat. Nämä kolme eri maakunnissa sijaitsevaa kirjastoa on valittu siksi, että jokaisessa on vireää konsertillista musiikkitapahtumatoimintaa ja toisaalta on haluttu nähdä, miten toimintaympäristö vaikuttaa toimintaan. Opinnäytetyöhön on johtopäätösten lisäksi laadittu malli konseptipohjaisen konsertillisen musiikkitapahtuman tuotantoon.

Aiheena kirjaston konsertillisten musiikkitapahtumien tuotanto on tärkeä ja ajankohtainen. Siitä yksi osoitus on Metson musiikkiosastolle Opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämän Kirjaston kehittäjä 2015 -palkinto, jonka yhdeksi perusteeksi mainitaan musiikkitapahtumakonsepti Metso LIVE (Pelttari 2015). Tästä voi päätellä, että kirjastoalalla musiikkitapahtumat edustavat nykyään innovatiivisuuden yhtä kärkipäätä.

Opinnäytetyön tutkimuksellisessa osuudessa pyritään kuvaamaan aihepiiriä mahdollisimman seikkaperäisesti ja monipuolisesti. Sen suurin arvo kirjastoalalle on toimia pohjana ja ideoinnin apuna erilaisissa musiikkikirjaston kehityshankkeissa. Tutkimuksen työelämälähtöisen näkökulman ansiosta muutkin aiheesta kiinnostuneet alan työntekijät ja

opiskelijat voivat oppia siitä ja saada käsityksen, mitä nykyaikainen musiikkikirjastotahtuma sisältää.

## 2 TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN

Opinnäytetyön teoriaosassa käsitellään tapahtumajärjestämistä siten että sen osa-alueista painotus on yhteistyössä kirjaston ulkopuolisten toimijoiden kanssa ja tapahtuman markkinoinnissa. Ajatus tästä perustuu konserttisten musiikkitapahtumien varaan. Niissä täytyy tehdä yhteistyötä kirjaston ulkopuolisten tahojen kanssa vähintäänkin siltä osin, että joku kirjaston ulkopuolelta esiintyy tapahtumassa. Tapahtuman markkinointi on otettu mukaan, koska se on välttämätöntä siinä, että ihmiset tietävät kirjastossa järjestettävistä tapahtumista. Tässä luvussa käsitellään tapahtumajärjestämistä sekä yleisellä tasolla, että kirjaston näkökulmasta. Sen jälkeen luodaan katsaus sponsorointiin, yhteistyökumppanuuksiin, tapahtuman markkinointiin ja musiikkitapahtuman erityispiirteisiin.

### 2.1 Ideoiden tuottaminen

Organisaatiolla täytyy olla osaava projektipäällikkö, kun se päättää järjestää tapahtuman. Vaikka organisaatiot päätyvät usein omien resurssien käyttämiseen kustannussyistä, täytyy huomioida se, että tapahtuman tuottamiseen käytetty aika on suoraan pois henkilökunnan muista töistä. Kun tapahtumaa aletaan suunnitella, pitää varmistua siitä, että riittävät resurssit, osaaminen ja työaika löytyvät. Kun tapahtuma tuotetaan itse, etuna on täydellinen valta päättää tapahtumasta, sen suunnittelusta ja toteutuksesta. (Vallo & Häyrinen 2016, 78.)

Tapahtuman ideoinnissa voidaan toteuttaa toimintaideamallia, joka sisältää seitsemän elementtiä. Näiden täytyy olla tasapainossa, jotta tapahtumasta tulisi onnistunut. Nämä elementit ovat tapahtuman tavoite, tapahtuman sisältö eli tuote, paikka, ajankohta, asiakas eli kohderyhmä, järjestävän yhteisön tapa toimia ja viimeisenä järjestävän yhteisön ja sen yhteistyökumppaneiden imago. Ideoinnissa on mahdollista käyttää jotain menetelmää, kuten esimerkiksi aivoriihitoimintaa. Liikkeelle kannattaa lähteä siitä, mikä on tapahtuman tavoite. (Kauhanen ym. 2002, 35.)

Tapahtumilla voi olla sekä taloudellisia että sisällöllisiä tavoitteita. Voitto tavoittelemattomana organisaationa kirjaston tavoitteet ovat sisällöllisiä. Tällaisia tavoitteita voivat olla vaikkapa ohjelmiston korkea taso, organisaation ulkoisen imagon rakentaminen tai kehittäminen (Kauhanen ym. 2002, 45-46.)



Seuraavaksi voidaan ryhtyä pohtimaan, millainen on tapahtuman sisältö eli tuote. Sisällöllä tarkoitetaan tässä tapauksessa sitä, millainen tapahtuma on kyseessä eli onko kyseessä hiihtokilpailut tai kenties musiikkifestivaali. Samassa yhteydessä voidaan jo alkaa miettiä sopivaa esiintyjää. (Kauhanen ym. 2002, 36.)

Kun sisällöstä on päästy selvyyteen, on seuraava elementti asiakas eli kohderyhmä. Tässä kohtaa mietitään, ketkä ovat tapahtuman kohderyhmää, joskin kunnan palvelun ollessa järjestäjänä luonnollinen kohderyhmä on yleensä kuntalaiset. Sen jälkeen suunniteltava asia eli tapahtuman ajankohta, on merkittävä seikka ajatellen tapahtuman onnistumista. Se milloin tapahtuma kannattaa järjestää, on hyvin pitkälti kiinni tapahtuman kohderyhmästä ja sisällöstä. Esimerkiksi päällekkäisyys jonkun muun kohderyhmää kiinnostavan tapahtuman kanssa voi aiheuttaa yleisökatoa. (Kauhanen ym. 2002, 36-37.)

Tapahtumapaikan valinta kuuluu myös näihin seitsemään ideoinnissa mietittävään seikkaan, mikä ei varsinaisesti kiinteät tilat omaavan kirjaston tapauksessa ole kovin suuri kysymys. Toki kirjastoissakin on monia erilaisia tiloja mistä valita, mutta ulkopuolisten tilojen etsimiseen ei ole tarvetta. Toiseksi viimeinen elementti on järjestäjäorganisaation tapa toimia. Siinä on kyse myös tapahtumaa suunnittelevan organisaation henkisistä ja taloudellisista voimavaroista. Tapa toimia pitää sisällään myös järjestäjäorganisaation henkilöstön innokkuuden ja osaamisen. Tässä vaiheessa on jo syytä keskustella myös riskeistä ja mahdollisesta ulkopuolisesta rahoituksesta. (Kauhanen ym. 2002 38-39.)

Viimeinen seitsemästä elementistä on imago. Sillä tarkoitetaan järjestäjäorganisaation ja jo perinteeksi muodostuneen tapahtuman imagoa toimialueellaan. Tapahtuman imagoon vaikuttavat myös yhteistyökumppanit, esiintyjä ja sisältö. Leimallinen piirre imagolle on se, että positiiviseen suuntaan se kehittyy varsin hitaasti, mutta sen sijaan negatiiviseen mahdollisesti hyvinkin nopeasti. (Kauhanen ym. 2002, 40.)

Tapahtumakonsepti luo tehokkuutta ja säästää kustannuksia silloin kun tapahtuma on toistuva. Tapahtumakonsepti on pysyvä idea, malli, teema tai asia, jonka ympärille tapahtumia suunnitellaan. Pääajatuksena on säilyttää konseptin ydin, mutta muu sisältö ja teemat voivat muuttua konseptin mukaan toteutetuissa tapahtumissa. (Vallo & Häyrynen 2016, 65.)

## 2.2 Suunnittelu

Tapahtumatuotannon voi jakaa kolmeen eri alueeseen, tapahtuman sisällön tuotantoon, tekniseen tuotantoon ja kaupalliseen tuotantoon. Ensimmäiseen kuuluu strategian, tapahtuman idean tai konseptin, viestien, palvelujen, tuotteiden, visuaalisen ilmeen, visuaalisten elementtien, palvelupolun ja käsikirjoitusten suunnittelu. Teknisessä tuotannossa suunnitellaan tapahtumarakenteet, ympäristö, tekniikka, luvat, pelastus, turvallisuus, rakentaminen, purkaminen, aikatauluttaminen ja valitaan ja suunnitellaan tapahtuman paikka. Kaupallinen tuotanto sisältää budjetoinnin, tunnuslukujen, kohderyhmien, segmentoinnin, verkkosivujen, kutsuprosessin, markkinointisuunnitelman, sosiaalisen median ja yhteistyökumppanuuksien, sponsorointiyhteistöiden ja tavoitteiden mittareiden ja mittaamisen suunnittelut. (Vallo & Häyrinen 2016, 192-193.)

Tapahtuman suunnitteluun kannattaa varata aikaa ja ottaa mukaan kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuvat tahot mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Joissain tapauksissa voi olla hyvä idea ottaa myös kohderyhmä mukaan tapahtuman suunnitteluun yhteisöllisyyden lisäämiseksi. Suunnitteluvaihe on kokonaisuudessaan tapahtuman järjestämisen aikaa vievin vaihe, mutta se kannattaa tehdä huolella, koska koko tapahtuman onnistuminen on siitä riippuvainen. (Vallo & Häyrinen 2016, 191-192.)

Joissain tapauksissa voi olla hyödyllistä tehdä Tapahtumabrief eli asiakirja, johon koetaan tapahtuman reunaehdot, jotka ovat olleet tiedossa, kun tapahtumaa on alettu suunnitella. Se sisältää tärkeimpiä tapahtuman tietoja, kuten budjetin, tavoitteen, toteutussuunnitelman ja sisällön. Tapahtumakäsikirjoitus on yksityiskohtaisempi aikataulutettu suunnitelma, joka toimii työkaluna tapahtumassa työskenteleville. (Vallo & Häyrinen 2016, 193-194, 196.)

Tapahtumalla on tärkeää olla jonkinlainen projektipäällikkö, joka on kokonaisvastuussa tapahtumasta, sen suunnittelusta, toteutuksesta ja lopputuloksesta. Projektipäällikön vastuualueisiin kuuluu esimerkiksi projektisuunnitelman laatiminen yhdessä projektihenkilöstön kanssa ja projektin toteutumisen johtaminen. (Kauhanen ym. 2002.) Tämä henkilö voi myös tarvittaessa tehdä muutoksia käsikirjoitukseen ja muuttaa tapahtuman kulua. Ensiarvoisen tärkeää on se, että tapahtuman järjestämiseen osallistuneet eri tahot toimivat saumattomassa yhteistyössä (Vallo & Häyrinen 2016, 196-198.)

## 2.3 Toteutus

Kun tapahtuma toteutetaan käytännössä, on rakennettava tapahtuman puitteet. Rakentaminen voi sisältää esimerkiksi tekniikan asennusta, sisustusta ja somistusta. Varsinkin suuremman kokoluokan tapahtumissa voi olla tarpeen pitää kenraaliharjoitukset, joissa on mahdollista tarkistaa esimerkiksi tekniikan toimivuus ja esiintymisjärjestykset. Kenraaliharjoituksissa on hyvä olla mukana ainakin kaikki esiintyjät ja tapahtuman juontaja. (Vallo & Häyrinen 2016, 199-200.)

On tärkeää, että tapahtuman aikataulut menevät suunnitellun mukaisesti. Aikataulu toteutetaan suunnitteluvaiheessa tehdyn käsikirjoituksen mukaan. Toteutuksessa pidetään vain huoli siitä, että aikataulussa todella pysytään. Tapahtuma kannattaa rytmittää sen luonteen vaatimalla tavalla. Jos tapahtumassa on esimerkiksi useampia esiintyjä, on hyvä miettiä, kuka on pääesiintyjä ja minkä pituinen kukin esitys on. Kokonaiskesto kannattaa miettiä niin, että tapahtumaan tulijat viihtyvät. Jos tapahtuma on pitkä, voi olla tarpeen jaksottaa tapahtumaa tauoin niin, että kävijät ja järjestäjät saavat mahdollisuuden hengähtää. (Vallo & Häyrinen 2016, 203-204.)

Juontaja on tapahtuman läpiviejä ja kapellimestari. Juontajaa valittaessa kannattaa miettiä, kuka sopii tehtävään parhaiten ja kenellä on eniten annettavaa tapahtumalle. Tehtävään voidaan valita henkilö organisaation sisä- tai ulkopuolelta, mutta jos juontajaksi valittu on tapahtuman suunnitteluun liittymätön henkilö, on tälle hyvä antaa perehdytys hänen juontamastaan tapahtumasta, järjestäjäorganisaatiosta ja sen toiminnasta. Tarvittaessa juontajalle voidaan tehdä myös juontokäsikirjoitus. (Vallo & Häyrinen 2016, 256.)

Tapahtuman jälkeen sen onnistumista voidaan arvioida. Ennen arviointia sovitaan arviointikriteereistä, joita voi olla esimerkiksi aikataulujen pitäminen, tapahtuman taso tai taloudellinen tulos, joka ei kirjastolle voittoa tavoittelemattomana organisaationa ole tarpeen. Arviointia voidaan toteuttaa tapahtuman aikana mielipidetiedusteluna, joka voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisena haastatteluna. Suullinen haastattelu on vaikeampi järjestää, mutta sillä saadaan syvällisempää tietoa. Mielipidetiedustelun voi suorittaa oma henkilökunta, mutta se voidaan antaa myös esimerkiksi opinnäytetyöksi opintoryhmälle. Muita arvioinnin työkaluja on välittömästi tapahtuman jälkeen pidettävä palaveri ja hieman pidemmän ajan päästä tehdään loppuraportti, mikä annetaan järjestävän yhteisön ylimmälle elimelle, joka vertaa sitä ennen tapahtumaa asetettuihin tavoitteisiin ja tekee sitä kautta arvion tapahtuman onnistumisesta. (Kauhanen ym. 2002, 125-127.)

## 2.4 Kirjaston näkemys tapahtumajärjestämisestä

Laissa yleisistä kirjastoista säädetään, että yksi sen tavoitteista on edistää väestön yhdenvertaisia mahdollisuuksia sivistykseen ja kulttuuriin (Laki yleisistä kirjastoista 29.12.2016/1492, 2 §). Tähän tavoitteeseen kirjaston tapahtumat vastaavat hyvin. Ne ovat kaikille avoimia ja ilmaisia sivistystä ja kulttuuria edistäviä tilaisuuksia. Yhtenä lain tavoitteena on edistää aktiivista kansalaisuutta, demokratiaa ja sananvapautta (Laki yleisistä kirjastoista 29.12.2016/1492, 2 §). Osallistavana toimintana kirjastotapahtumat palvelevat myös tätä tavoitetta. Edellä mainitut säädökset ovat keskeisin syy, miksi kirjastoissa järjestetään tapahtumia.

Juntusen ja Saartin mukaan tapahtuman järjestäminen kirjastossa on yksin tai yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa järjestettävä verkostomainen prosessi, joka sisältää suunnittelua yhteistyökumppaneiden kanssa, yhteydenottoja ja varmistamista eri tahoille, tilaisuuden markkinoinnin, yhteistyötä median kanssa, itse tapahtuman ja sen arvioinnin. He näkevät, että tärkeintä on varmistaa tiedonkulku ja pitää huolta, että tiedottaminen kumppaneille, esiintyjille, yleisölle ja medialle toimii. He jakavat tapahtuman suunnittelun jaksottaisen prosessin seuraaviin osiin: Taustat ja resurssit, organisointi, tiedottaminen, tapahtuma ja arviointi. (Juntunen & Saarti 2014, 67-69.)

Vuonna 2016 koko Suomen kirjastoissa järjestettiin vuonna 38 115 tilastoitua tapahtumaa, kun vuonna 2015 järjestettiin vain 34 306 tilastoitua tapahtumaa. Kasvua on ollut vuodessa siis lähes 4000 tapahtumaa. Pidemmälläkin tähtäimellä tapahtumien määrä on kasvanut reipasta vauhtia, sillä vuonna 2012 tapahtumia oli tilastoitu vain 23 333. Vuoden 2016 tapahtumissa tilastoitiin käyvän yhteensä 952 404 asiakasta, joten ne ovat olleet keskimäärin kohtalaisen suosittuja. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017.)

Järjestettävien tapahtumien kirjo on laaja. Se sisältää esimerkiksi kirjavinkkauksia, kirjastoesittelyjä, tiedonhaun ohjauksia, kirjallisuuspiirejä, kirjallisuustapahtumia kuten kirjailijatapaamisia, musiikkitapahtumia, esitelmiä, keskustelupiirejä ja kulttuuri- ja taidetapahtumia. Tapahtumien tarkoitus voi olla esimerkiksi markkinoida kirjaston kirjoja ja niiden lainaamista, tietopalvelua, tietoaaineistoa tai henkilökunnan osaamista. Tällaista markkinointia tapahtumien kautta kutsutaan tapahtumamarkkinoinniksi. (Juntunen & Saarti 2014, 60-66.)

Kirjastotapahtumien muita tavoitteita on esimerkiksi antaa asiakkaille elämyksiä, tietoa ja mahdollisuuksia sosiaaliseen yhteydenpitoon, edistää lukemista, lisätä asiakkaiden

taitoa, ymmärtämistä ja esimerkiksi valmiuksia tiedonhauissa ja saada uusia käyttäjiä. Tapahtumia voidaan käyttää myös paikalliskulttuurin edistämiseen, kansainvälisyyteen ja kulttuurien kohtaamiseen. Kaikkien kirjastotapahtumien yhteisenä tavoitteena on kirjaston tunnetuksi tekeminen ja sen perustehtävän edistäminen. Kirjasto voi tarjota tilansa myös ulkopuolisten toimijoiden tapahtumakäyttöön. (Juntunen & Saarti 2014, 60-66.) Tilojen tarjoamisella voidaan tavoitella esimerkiksi yhteisöllisyyden lisäämistä, mikä käy ilmi myös Yleisten kirjastojen suunta 2016-2020 -strategiasta (Yleisten kirjastojen neuvosto 2016).

## 2.5 Sponsorointi ja yhteistyökumppanit

Yleisten kirjastojen suunta 2016-2020 -strategiassa on otettu esille yhteistyö yritysten kanssa. Siinä linjataan, että yritys yhteistyöllä haetaan kuntalaisen etua ja visioidaan kolmikannasta, jossa kirjasto, yritys ja asiakkaat jokainen hyötyvät. Sen lisäksi julkisten ja yksityisten toimijoiden yhteistyölle halutaan rakentaa pelisääntöjä. (Yleisten kirjastojen neuvosto, 2016.)

Strategiassa halutaan tuoda myös kirjaston tiloja kuntalaisten yhteisölliseen käyttöön ja yhtenä esimerkkinä mainitaan niiden antamisesta eri toimijoiden tapahtuma- ja neuvontakäyttöön. Strategiasta voi päätellä, että tulevaisuuden kirjastossa yhteistyö yksityisten toimijoiden kanssa tulee lisääntymään runsaasti. (Yleisten kirjastojen neuvosto 2016.)

Sponsorointi voidaan määritellä siten, että sponsori vuokraa ja hyödyntää tapahtuman imagoa käyttäkseen sitä markkinointiviestintään tai muihin tavoitteisiin. Sponsoroinnin yhteistyötasoja on nähtävissä ainakin neljä. On olemassa sponsorointia, jossa sponso-roiva yritys käyttää tapahtuman tai toiminnan mainosarvoa, eli sponsori voi esimerkiksi ostaa oikeuden käyttää tapahtumaa mainonnassaan. On olemassa sponsorointia, jossa sponsori mainostaa tapahtumapaikalla ja on olemassa kiinteää yhteistyötä, jossa yhteistyö sponsorin ja sponsoroitavan välillä on pitkäkestoinen, jolloin tapahtuman järjestäminen ei välttämättä olisi mahdollista ilman sponsorin tukea. Neljäntenä sponsoroinnin muotona on tapahtuman tai kampanjan luominen, jossa sponsori voi luoda tapahtuman tai liittää sponsoroitavan järjestämään olemassa olevaan tapahtumaan oman kokonaisuutensa. Yleisin näistä muodoista on sponsorin mainostaminen tapahtumapaikalla. (Kauhanen ym. 2002, 69-70.) Kirjaston tapahtumatuotannossa sponsorointi voi olla tarpeen esimerkiksi, jotta saadaan tapahtuman esiintyjän palkkioon taloudellista tukea.

Nykyään tapahtumajärjestäjät etsivät enemmänkin yhteistyökumppaneita tai -verkostoja, jotka ovat valmiita osallistumaan tapahtuman markkinointiin ja muuhunkin siihen liittyvään toimintaan. Sponsoreille nämä ovat erittäin hyviä ja hyödyntämisen arvoisia mahdollisuuksia. (Vallo & Häyrinen 2016, 94-95.)

Toiminnallinen yhteistyö vaatii kuitenkin sitä, että todella tehdään yhdessä ja mahdollisesti suunnitellaan ja arvioidaan yhdessä. Muita toiminnallisen yhteistyön vaatimuksia on esimerkiksi mission samankaltaisuus, yhteiset periaatteet ja niiden hyväksyminen, itsensä ja toisen osapuolen pitäminen tärkeänä, toisen osapuolen tarpeiden huomioon ottaminen, molempien osapuolten heikkouksien ja vahvuuksien tunnistaminen ja tunnistaminen, jostain omasta luopuminen, keskinäinen luottamus, sitoutuminen, pitkäjänteisyys, uusien asioiden opettelu, jatkuva yhdessä kehittyminen, kummankin osapuolen henkilökunnan ja muiden sidosryhmien tuen saaminen, kyky johtaa yhteistyötä, kilpailun hyväksyminen ja itsellisyyden ja tarpeiden tasapaino. (Vuokko 2004, 245-246.)

Toiminnallisen yhteistyön positiiviset vaikutukset voivat olla tehokkuus ja taloudellisuus, resurssien saanti ja hyödyntäminen, riskien hallinta, markkinat, kilpailuasema ja strategia ja johtaminen ja organisaation kehittäminen. Negatiiviset vaikutukset voivat olla taloudelliset menetykset, johtamisen vaikeutuminen, epävarmuus, tiedonkulun ongelmat ja vaikutukset omaan asemaan markkinoilla. Silloin kun toiminnallinen yhteistyö on toimivaa, se hyödyttää molempia osapuolia. (Vuokko 2004, 251-254.) Kirjaston tapahtumissa toiminnallista yhteistyötä voi olla vaikkapa jonkin yrityksen kanssa yhteistuotantona toteutettu tapahtuma.

## 2.6 Keinoja kirjastotapahtuman markkinointiin

Mainonta on joukkoviestintää, jossa suurelle joukolle lähetetään samaan aikaan samanlainen viesti erilaisia viestikanavia pitkin. Mainonta voidaan jakaa mediamainontaan, joka pitää sisällään painetun mainonnan, eli lehdet ja ulkomainonnan ja sähköisen mainonnan, mikä pitää sisällään esimerkiksi verkkomainonnan ja TV-mainonnan ja suoramainonta, joka pitää sisällään suoraan postiluukusta tai sähköpostiin tulleen mainoksen. (Vuokko 2004, 176.) Näistä kirjaston käyttämää mainontaa on lähinnä mediamainonta, mitä tehdään esimerkiksi lehtien välityksellä menovinkkipalstojen tai lehtijuttujen kautta.

Kun ennen markkinointi toimi yksisuuntaisena asiakkaaseen kohdistuvana toimenpiteenä, niin nykyään viestintä ei ole enää yksisuuntaista, vaan asiakkaat osallistuvat viestintään ja kirjastopalvelujen kehittämiseen. Nykyisiä kirjastojen markkinointikanavia ovat kirjaston kotisivut, sosiaalinen media ja opettaminen paikan päällä ja verkossa. Kirjaston julisteet, ulkomainonta ja mediamainonta ovat vähentyneet, mutta niitä on osittain korvattu helppokäyttöisillä infotauluilla. (Juntunen & Saarti 2014, 70-73.)

Internet-sivut ovat erittäin tärkeä kirjaston markkinointiväline ja niiden käyttäjämäärät ovat viime vuosina lisääntyneet. On siis tärkeää, että internet-sivu on suunniteltu hyvin, koska internetin käyttö on sellaista, että sivu selataan nopeasti läpi ja päätetään, halutaanko sitä jäädä tutkimaan tarkemmin. Sivulla pitää olla jotain, mikä saa selaajan huomion heräämään. Internet-sivut ovat oikein suunniteltuna suuri markkinointimahdollisuus. Kun verkkosivujen asiakkaat tulevat etsimään tietokantojen kautta aineistoa, on heille mahdollista samassa yhteydessä markkinoida muitakin kirjastopalveluja. (Juntunen & Saarti 2014, 74; Potter 2012, 79-80.)

Sosiaalisen median palveluista kirjaston kannattaa ehdottomasti olla Facebookissa. Siellä on jo toista miljoonaa suomalaista ja siellä käymisestä on tullut monelle päivittäinen rutiini. Facebook on hyvä täsmämarkkinointiväline. Sillä tavoittaa juuri ne ihmiset, jotka haluavat tulla kirjaston tavoittamaksi. Vaikka moni kirjasto on jo liittynyt Facebookiin, harva hyödyntää sitä tehokkaasti. (Haasio 2013, 36-37.) Yksi Facebookin uusi ominaisuus suora lähetys.

Facebookia voi käyttää joko maksuttomasti tai maksullisesti markkinointiin. Resurssipulan ja myös ideologisten syiden vuoksi kirjastot käyttävät useimmiten maksutonta vaihtoehtoa. Tiedon demokratiaa korostavalle ja julkisella rahoituksella toimivalle kirjastolle näkyvyydestä maksaminen voi tuntua epäluontevalta ajatukselta. (Haasio 2013, 37.)

Perinteisesti kirjaston omilla sivuilla tiedotetaan kirjaston kokoelmista, palveluista ja tapahtumista, mutta kirjaston Facebook-strategiaan on kirjattu kolme vaihetta. Ensimmäinen niistä on yksisuuntaisen tiedottamisen vaihe. Seuraavana interaktiivinen vaihe, jossa asiakkaat kommunikoivat Kirjaston Facebook-sivuilla keskenään ja kirjaston kanssa, kun kolmannessa eli yhteisöllisessä vaiheessa asiakkaiden vuorovaikutuksesta syntyy uutta tietoa. Silloin kommunikaatio on joka suuntaan spontaania ja asiakkaat voivat jakaa sivuilla esimerkiksi omia kuviaan. (Haasio 2013, 37.)

Facebookissa hyvä keino markkinoida kirjaston tapahtumia on luoda sinne tapahtuma, johon julkiseksi asetettuna kuka tahansa voi liittyä. Sen etu piilee siinä, että tapahtuma leviää Facebookin kautta erittäin nopeasti ja laajalle. (Haasio, 2013, 52-53.)

Yksi mahdollinen markkinointikeino kirjastolle on myös Youtube. Sinne voi ladata esimerkiksi videon artistivierailusta tai tapahtumasta, jonka voi helposti linkittää esimerkiksi Facebookiin (Haasio, 102-103). Se voi laadukkaasti toteutettuna olla tehokas tapa markkinoida kirjaston tapahtumatoimintaa ja varsinkin musiikin suhteen se toimii audiovisuaalisena palveluna hyvin. Youtuben kautta on nykyään myös mahdollista lähettää videokuvaa suorana lähetyksenä. Kirjastoille on alkanut hiljalleen ilmestyä profiileja myös muihin uudempiin sosiaalisen median palveluihin, kuten Instagramiin ja Periscopeen Twitter-tilejä unohtamatta.

## 2.7 Musiikkitapahtuman erityispiirteitä

Musiikkitapahtuman järjestäjällä on hyvä olla tiloissaan omat äänentoistolaitteet. Niitä ovat esimerkiksi mikrofoni, kaiuttimet ja mikseri. Niiden yksinkertainen käyttö ja kytkentä ovat opeteltavissa melko pienellä vaivalla, mutta on suositeltavaa, että ainakin ensimmäisellä kerralla turvaudutaan asiantuntijan ohjaukseen. (Jyrä 2010, 69-73.)

Ennen konserttia tehdään tarvittaessa soundcheck, joka tarkoittaa äänentasojen ja -sävyjen säätämistä. Jos sitä tarvitaan, on siihen hyvä varata riittävästi aikaa. Siinä yhtye soittaa hetken, jonka aikana yleisölle kuuluva ääni säädetään. Jos tapahtumassa käytetään monitorijärjestelmää eli järjestelmää, josta yhtye kuulee oman soittonsa, niin myös se säädetään. (Jyrä 2010, 67-68.)

Musiikkitapahtuman tilan valinnassa täytyy ottaa huomioon myös akustiikka. Kun seinät ovat kovaa materiaalia, ääni sinkoilee seinistä, mikä aiheuttaa kakofoniaa. Tätä ongelmaa voidaan lieventää seinille ripustettavilla kankailla. Ongelma liittyy yleensä siihen, että tilaa ei ole suunniteltu musiikkitapahtumien järjestämistä varten. (Jyrä 2010, 25-26.)

Kun kirjastossa esitetään musiikkia, on tarpeen hoitaa lupa-asiat kuntoon. Jos kirjasto tuottaa itse tapahtuman, riittää jos kunta, jossa yleinen kirjasto sijaitsee, on hankkinut Teostolta Musiikki kunnan toiminnassa -luvan. Jos tapahtuma on ulkopuolisen tahon tuottama tai kirjaston ja ulkopuolisen tahon yhteistuotanto, ei Musiikki kunnan toimin-



nassa -lupa riitä, vaan tarvitaan Tapahtumalupa. Jokaisesta elävän musiikin tapahtumista täytyy tehdä Teostolle ilmoitus, johon kirjataan tapahtuman nimi, päivämäärä ja esitettujen sävellysten nimet ja tekijätiedot. (Teosto 2017; Litmanen-Peitsala 2015.)

## 2.8 Yhteenveto

Kuten edellä on kerrottu, tapahtuman järjestämisessä on monia osa-alueita, jotka tukevat toinen toisiaan. Kun nämä kaikki on tehty huolellisesti, niin yhdessä ne muodostavat onnistuneen kirjaston musiikkitapahtuman ainekset. Tässä pääluvussa esitelty tietopohja muodostaa teoreettisen viitekehyksen, johon opinnäytetyön tutkimuksellinen osanojaa. Seuraavassa pääluvussa käydään läpi menetelmät, joilla opinnäytetyön varsinainen tutkimuksellinen osuus on toteutettu.

### 3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tämä opinnäytetyö on laadullinen tapaustutkimus. Se tutkii kirjaston konsertillisia musiikkitapahtumia ja miten niitä käytännön tasolla järjestetään. Lisäksi on haluttu löytää myös motiiveja niiden järjestämiseen. Koska menestyksellinen kirjaston konsertillisten musiikkitapahtumien järjestäminen koostuu monista erilaisista toiminnoista, on näkökulmiksi otettu tapahtumajärjestäminen, motiivi tapahtumien järjestämiseen, tapahtumien markkinointi ja yhteistyö kirjaston ja ulkopuolisten toimijoiden välillä. Opinnäytetyössä käsitellään kolmen eri maakunnassa sijaitsevan kirjaston konsertillista musiikkitapahtumatuotantoa. Tutkittavaksi on valittu laadullisesti informaatorikkaita tapauksia. Tällä on pyritty saamaan monipuolinen katsaus siitä, mitä kirjaston musiikkitapahtumien järjestäminen on eri toimintaympäristöissä.

#### 3.1 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on tuoda esille se, millaisia kirjaston konsertillisia musiikkitapahtumia Suomessa tuotetaan, miksi niitä tuotetaan ja miten niitä markkinoiteineen ja yhteistyökuvioineen järjestetään käytännössä. Tutkimus ei pyri luomaan yksiselitteistä kaavaa, miten asiat pitää tehdä, eikä vertailemaan eri kirjastojen toimintatapoja, vaan tuomaan esille esimerkkien kautta erilaisia, yhtä lailla toimivia käytäntöjä ja tärkeitä huomioitavia asioita.

Opinnäytetyössä on pyritty siihen, että se olisi käyttökelpoinen musiikkitapahtumien parissa työskenteleville, niiden järjestämisestä kiinnostuneille kirjastoammattilaisille ja alan opiskelijoille. Tarkoitus on luoda ilmiöstä laaja ja monipuolinen kuva, jotta se voisi olla pohjana kirjaston musiikkitapahtumien kehittämistyöhön ja ideointiin.

#### 3.2 Tutkimusote

Tapaustutkimus sopii tutkimukselliseksi lähestymistavaksi hyvin silloin, kun tehtävänä on tuottaa kehittämisehdotuksia ja ideoita ja sitä luonnehtii pyrkimys tuottaa syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa tutkitusta tapauksesta. Se antaa työkalut kehittämisen kohteen ymmärtämiseen kokonaisvaltaisesti todellisessa toimintaympäristössään ja tilaa ilmiön monimuotoisuudelle, eikä pyri yksinkertaistamaan sitä liikaa. Tapaustutkimuksessa ei

ole kyse siitä, kuinka yleistä joku on, vaan kuinka jokin on mahdollista ja kuinka jokin tapahtuu. (Ojasalo ym. 2014, 52-53.) Kuvauksellisessa tapaustutkimuksessa pyritään esittämään hyvä kuvaus ilmiöstä tai hyvä tarina (Kananen 2013, 55).

Opinnäytetyön tutkimukselliseksi lähestymistavaksi on valittu kuvaileva tapaustutkimus, koska se sopii erittäin hyvin tutkimuksen tavoitteeseen luoda laaja ja moniulotteinen kuva tutkittavasta ilmiöstä. Se tukee erittäin hyvin tutkimuksen tavoitteita ja toimii hyvänä ohjenuorana valittaessa sopivia tutkimusmenetelmiä.

### 3.3 Tutkimusmenetelmät

Pääasiallisena tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä on käytetty teemahaastattelua, joka on puolistrukturoitu haastattelu. Teemahaastattelussa keskustellaan etukäteen valituista teemoista, mutta kysymysten tarkkaa muotoa ja järjestystä ei noudateta. Keskeistä teemahaastattelulle on, että se tuo tutkittavien äänen kuuluviin. Teemahaastattelu ottaa huomioon sen, että ihmisten tulkinnot asioista ja heidän asioille antamat merkitykset ovat keskeisiä, kuin myös sen, että merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47-48.) Teemahaastattelussa haastateltavilta pyritään saamaan tietoa, jotta tutkimusongelmaa pystyttäisiin paremmin ymmärtämään ilmiönä (Kananen 2013, 93-94).

Teemahaastattelu on tapaustutkimuksen käytetyimpiä tiedonkeruumenetelmiä (Kananen 2013, 93). Se valittiin opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmäksi, koska valittua aihetta ei ole ennen tutkittu ja siitä haluttiin rakentaa selkeä ja ymmärrettävä kuvaus. Tutkimukseen haastateltiin kolmea eri kirjastoammattilaista, jotka työskentelevät eri maakunnissa kirjaston musiikkitapahtumien parissa. Haastatteluja tehtiin kolme, jotta opinnäytetyöhön saataisiin tarpeeksi monipuolinen kuva tutkittavasta aiheesta ja että erilaiset toimintaympäristöt ja muut toimintakäytäntöihin vaikuttavat tekijät tulisivat esille.

Haastattelussa etuna on se, että se on joustava menetelmä ja itse tilanteessa pystyy suuntaamaan tiedonhankintaa ja saamaan esiin vastauksen taustalla olevia motiiveja (Hirsjärvi & Hurme 2008, 34). Haastattelun valinta tutkimusmenetelmäksi sopii siis myös yhteen tutkimuksen tavoitteiden eli konserttillisten musiikkitapahtumien järjestämisen syiden löytämiseen.

Teemahaastattelujen tueksi tutkittavaan ilmiöön on tutustuttu havainnoimalla Turun pääkirjaston musiikkitapahtumia paikan päällä, videoita Metso LIVE -tapahtumista (Tampereen kaupunginkirjaston Youtube-kanava 2017) ja Lassi Kokkosen haastattelu liittyen Kymppiklubiin (Kirjastokaista 2015). Havainnointi on ollut ei-systemaattista, eli joustavaa ja väljää ja se on tehty täysin havainnoitsijana (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Havainnointia on käytetty, jotta on saatu syvälinen kuva tutkittavasta aiheesta ja toisaalta vahvistusta haastatteluissa kerätyille tiedoille.

### 3.4 Haastattelujen toteutus

Teemahaastattelua varten laadittiin runko, joka piti sisällään kysymyksiä tutkittuihin teemoihin liittyen. Kysymysjärjestystä saatettiin muuttaa keskustelun kulun mukaiseksi tai kysymyksiä saatettiin jättää kysymättä, jos niihin oli jo vastattu toisen kysymyksen yhteydessä. Tarvittaessa kysyttiin myös tarkentavia kysymyksiä. Kaikki haastateltavat olivat työssään kiinteästi tekemisissä omien kirjastojensa musiikkitapahtumatuotannon kanssa.

Haastattelut äänitettiin ja litteroitiin. Tämän jälkeen tutkimusongelman ja kysymysten perusteella aineistosta on karsittu pois epäolennainen. Jäljelle jäävä aineisto on teemoiteltu niin, että aiheesta on saatu toimivat kuvailut ja opinnäytetyön johtopäätökset.

Teemoittelussa aineistoa voidaan järjestellä teemoihin siten, että jokaisen teeman alle kootaan kustakin haastattelusta ne kohdat, joissa puhutaan kyseisestä teemasta. Se on sopiva etenemistapa teemahaastatteluaineiston analysoimisessa. Haastateltavien käsittelemät aiheet eivät aina noudata sitä järjestystä, minkä haastattelija on suunnitellut. Siksi teemoittelu koettiin toimivaksi tavaksi opinnäytetyön haastatteluaineiston analysoimiseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Ensimmäisenä haastateltiin Helsingin kaupunginkirjaston työntekijä Lassi Kokkosta, joka työskentelee Kirjasto 10:ssä tietopalvelukonsulttina. Hän on hoitanut vuosia Kirjasto 10:n musiikkitapahtumia ja tuottanut vuodesta 2013 Kymppiklubia, joka on kirjaston oma tapahtumakonsepti. Kokkosen haastattelu äänitettiin 23.3.2017 Kirjasto 10:ssä.

Toisena haastateltavana oli Tampereen kaupunginkirjaston kirjastonhoitaja Juhani Koivisto. Hän työskentelee pääkirjasto Metson musiikki ja lehdet -osastolla ja on vahvasti osana musiikkitapahtumien suunnittelua. Hän toimii myös juontajana ja haastattelijana

Metso LIVE -konseptin tapahtumissa. Koiviston haastattelu äänitettiin 29.3.2017 Metson musiikkiosastolla.

Viimeiseksi haastateltiin Turun kaupunginkirjaston musiikkiosastolla työskentelevää Antti Impivaaraa. Haastattelua tehtäessä hän työskenteli sijaisena kirjastonhoitajan nimikkeellä, mutta on tavallisesti erikoiskirjastovirkailija. Impivaara on Turun pääkirjaston musiikkiosaston tapahtumavastaava. Impivaaran haastattelu äänitettiin Turun pääkirjastossa 4.4.2017.

## 4 TULOKSET

Tuloksiksi on tuotettu kuvaukset Kirjasto 10:ssä, Tampereen pääkirjasto Metson musiikkiosastolla ja Turun pääkirjaston musiikkiosastolla tehtyjen haastattelujen perusteella saaduista tiedoista, jotka vastaavat tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin. Vaikka opinnäytetyön tutkimuskohde on nimenomaan nykyaikana yleistyneet konsertilliset tapahtumat, on mukaan otettu joitain esimerkkejä myös ei-konsertillisista tapahtumista, jotta esille tulisi kirjastossa järjestettävien musiikkitapahtumien moninaisuus. Pääpaino on kuitenkin juuri konsertillisilla tapahtumilla.

### 4.1 Kirjasto 10

Kirjasto 10 on Helsingin vanhassa postitalossa sijaitseva musiikkiin ja tietotekniikkaan erikoistunut toimipiste. Se sijaitsee aivan Helsingin ydinkeskustassa Helsingin päärautatieaseman vieressä. Kirjastossa 10:ssä on monipuolisia palveluja musiikkistudiosta videoeditointyöpisteeseen. Se on osa HelMet-kirjastoverkkoa. (Kirjastohakemisto 2017.)

Kokkonen (2017) kertoo, että kirjaston musiikkitapahtumat Suomessa eivät ole uusi ilmiö, vaan niitä on tehty Helsingissä jo 50-luvulla. Nämä tapahtumat eivät hänen mukaansa olleet kuitenkaan niin konsertillisia kuin nykyään, vaan ne olivat esimerkiksi erilaisten muusikoiden pitämiä levysoitiltoja. Nykymuotoisten konsertillisempien tapahtumien yleistymiseen hän näkee yhteyden CD-levyjen laskevien lainauslukujen kanssa, vaikkei se olekaan varsinainen motiivi tapahtumien järjestämiselle. Haastateltavan mukaan silloin kun CD-levyjen lainaus oli huipussaan, ei tapahtumia ehditty muiden töiden ohella juuri järjestämään.

Kokkonen (2017) mainitsee, että CD-levyjen lainauslukujen laskiessa ja suoratoistopalveluiden käytön yleistyessä on ollut nähtävissä kehitys, jossa kirjaston tilojen käyttö on kasvanut kysytymmäksi kuin fyysisen äänitteen lainaus. Tämä ei hänen mukaansa näy pelkästään tapahtumissa vaan myös erilaisten kirjastopalveluiden, kuten harjoittelutilojen ja studio/editointitilojen suuressa suosiossa.

Yhtenä syynä tapahtumien yleistymiseen Kokkonen (2017) näkee sen, että Helsingin musiikkikirjastopalvelun uudistamisessa ehkä keskeisin asia on toiminnallisuus. Sitä

kautta pyritään siihen, että asiakas löytäisi kirjaston tiloista itselleen tekemistä. Tapahtumat ovat tähän yksi, vaikkakaan ei ainoa keino. Hän ei näe, että nykyiselle kirjaston musiikkitapahtumatuotannolle olisi ulkomaisia esikuvia, vaan että Suomessa tehdään edelläkävijätyötä asian tiimoilta.

Kirjasto 10:ssä järjestettävistä musiikkitapahtumista jopa 80 prosenttia on Kokkosen (2017) mukaan artistien itsensä tuottamia. Hän sanoo, että näissä tapahtumissa artistit ottavat yhteyttä kirjastoon ja varaavat esiintymistilan käyttöönsä. Kirjasto tarjoaa tapahtuman järjestäjälle vain tilat, tekniikan ja jonkin verran markkinointiapua, eikä artisteihin kohdistu minkäänlaisia laatukriteerejä. Vaikka artisti ei ansaitse tapahtumasta rahaa, niin soittaminen kirjastossa on hänen mukaansa hyvä mahdollisuus saada soittokokemusta ja mahdollisesti uusia tilaisuuksia esiintyä konsertin tuoman näkyvyyden kautta.

Kokkonen (2017) toteaa, että kirjaston itsensä tuottamissa tapahtumissa artisteille saatetaan maksaa tapauskohtaisesti pieni korvaus esiintymisestä. Silloin kirjasto on erikseen pyytänyt tapahtumaan sopivaa artistia paikalle esiintymään, jolloin esiintyjään kohdistuu luonnollisesti myös laatuvaatimus. Tapahtumien esiintyjät löytyvät hänen mukaansa usein siten, että joku kirjastosta tuntee jonkun, joka tuntee tietyn musiikkityylin artisteja. Näin siis välissä hyödynnetään ihmisiä, jotta saadaan yhteys haluttuun artistiin. Hän arvioi, että tapahtumien onnistuneisuus ja hyvä maine artistien keskuudessa ovat myös avaimia siihen, että he haluavat vastaisuudessa tulla esiintymään Kirjasto 10:n musiikkitapahtumiin kohtalaisen pienillä korvauksilla. Tämä on haastateltavan mukaan tärkeää, koska kirjasto ei voi tapahtumien pienien budjettien takia täysin kilpailla kaupallisten toimijoiden kanssa.

Kokkosen (2017) mukaan tapahtumissa on ollut mukana yhteistyökumppaneita, joiden kautta on saatu esimerkiksi tarvittavia laitteita, artisteja tai asiantuntijoita paikalle. Hän sanoo, että yhteistyötä on tehty esimerkiksi levy-yhtiö Svart Recordsin, Sibeliusakatemian, konservatorioiden ja Helsingin yliopiston musiikkitieteen laitoksen kanssa. Haastateltava toteaa, että välillä on tarpeen kartoittaa yhteistyökumppanuuksia myös siinä mielessä, että tapahtuman vaatima budjetti saadaan kasaan. Joissain tapauksissa yhteistyökumppanit ovat jopa osallistuneet tapahtuman tuotantoon puoliksi kirjaston kanssa. Yhteistyöstä kumppanit hyötyvät siten, että heille annetaan näkyvyyttä tapahtumassa, joten yhteistyö voi hyödyttää myös kaupallista toimijaa. Yhteistyötä levy-yhtiön kanssa on Kokkosen (2017) mukaan tehty niinkin, että sille levyttänyt artisti on esiintynyt

tapahtumassa. Kaupallisten toimijoiden esilläolo kirjaston tapahtumissa jakaa mielipiteitä, mutta hän ei itse kuitenkaan näe asiassa ongelmaa, jos se on mietitty tarkkaan eettiseltä kannalta.

Kirjasto 10:n itse tuottamien tapahtumien ympärille rakennettu konsepti, Kymppiklubi on Kokkosen (2017) mukaan temaattinen kokonaisuus, johon sisältyy fokuksessa olevan artistin esiintyminen, arkistomateriaalin näyttämistä esimerkiksi videomuodossa ja ohjattu keskustelutilaisuus, johon osallistuu henkilöitä keskiössä olevan artistin uran varrelta. Hän sanoo, että lisäksi teemaan liittyvää lainattavaa kirjastoaineistoa laitetaan esille ja tyhjät välit täytetään esimerkiksi levyiltä soitetulla musiikilla.

Kokkonen (2017) kertoo teemojen olleen useimmiten melko täsmällisiä ja yhteen henkilöön fokusoituneita, mutta löyhempiäkin kokonaisuuksia on ollut. Esimerkiksi Sibeliusakatemian kanssa toteutettiin kansanmusiikkitapahtuma, jossa huomio kohdistui kokonaiseen musiikin tyylilajiin. Hänen mielestään on tärkeää pohtia sitä, mikä tekee kirjaston musiikkikirjastotapahtumasta musiikkikirjastotapahtuman. Hän uskoo, etteivät konsertit sellaisessa muodossa, missä Kirjasto 10:ä ympäröivät monet konserttitalot ja klubit niitä tarjoavat, ole kirjaston ydinasia. Tapahtumaan tulisi liittyä myös tietynlaista informatiivisuutta syvällisempää näkökulmaa sisällön suhteen.

Kymppiklubin tietynlaisena esiasteena Kokkonen (2017) näkee vuonna 2006 Kirjasto 10:n tiloissa toimineen Loveradion tapahtumat, joissa legendaarisen levy-yhtiön Love recordsin perustaja Otto Donner haastatteli levy-yhtiölle levyttäneitä artistia, jonka jälkeen artisti esiintyi. Hän näkee, että sisällöllisesti Loveradiossa oli Kymppiklubin kanssa yhteistä taustahaastattelu ja konsertti. Konsepti toimi hyvin, mikä haastateltavan mukaan edesauttoi siinä, että Kymppiklubin suunnittelu aloitettiin ja sitä järjestettiin myöhemmin käytännössä.

Yksittäisen oman tuotannon tapahtuman suunnittelussa tiedottamisineen menee 1-3:n henkilön panoksena Kokkosen (2017) mukaan 2-3 viikkoa. Päävastuussa on päätuottaja, joka vastaa kaikista vieraan kanssa sovittavista käytännön asioista. Hän kertoo, että muita vastuuhenkilöitä ovat tiedottaja ja ääni- ja valomies, joka vastaa tapahtuman teknisestä järjestelystä ja esiintymistilasta. Haastateltavan mukaan tuotantopalaveriin osallistuu noin viisi henkilöä ja mukana on myös esimies. Hän kertoo, että päätuottajaa auttamassa saattaa olla muitakin henkilöitä esimerkiksi valokuvien käsittelyssä, paitojen ja rintanappien tekemisessä, tilan muokkaamisessa ja kirjastoaineiston tilaamisessa.



Noin viikkoa ennen tapahtumaa Kokkosen (2017) mukaan lähetetään tiedotteet lehtiin ja jaetaan mainoksia esimerkiksi levykauppoihin, opistoihin ja muihin kirjastoihin pääkaupunkiseudulla. Hän sanoo, että tarvittaessa, varsinkin jos tapahtuma on moniosainen, voidaan päätyä tekemään tapahtumabrief ja tapahtumakäsikirjoitus. Tapahtumaan tehdään haastateltavan mukaan myös aikataulutusta, josta vastaa päätuottaja, äänimiehen, esiintyjien, juontajien ja muiden vieraiden kanssa.

Kokkonen (2017) kertoo, että toteutusvaiheessaan kirjaston oman tuotannon tapahtuman käytännön järjestelyt pitävät sisällään laitteiston kantamisen sisään, esiintymislavan rakentamisen, cateringin järjestämisen, soundcheckin ja katsomon järjestämisen. Soundcheckin lisäksi varsinaista kenraaliharjoitusta ei hänen mukaansa tarvita. Haastateltava kertoo, että järjestelyt aloitetaan noin puolen päivän aikaan ja tapahtuma alkaa illalla viiden ja kuuden välillä.

Oman tuotannon tapahtumilla ei Kokkosen (2017) mukaan ole kuin tyytyväisyystavoite. Hän näkee, että jos vieraaksi kutsuttu esiintyjä kokee tapahtuman ja esiintymisen mukavaksi ja kuuntelijat vaikuttavat viihtyvän, on tapahtuma onnistunut. Hän myös mainitsee, että varsinaisia yleisömäärätavoitteita ei ole asetettu. Riippuen tapahtumasta, 30-50 hengen yleisö voidaan katsoa kävijämäärältään onnistuneeksi.

Silloin kun tapahtuman tuottajana on asiakas, menee suunnitteluun ja toteutukseen kirjaston osalta Kokkosen (2017) mukaan vain 2-3 tuntia. Silloin kirjasto tarjoaa vain tilat, tekniikan ja jonkin verran apua markkinointiin. Hän sanoo, että tällöin kirjasto ei myöskään järjestä cateringia, eikä auta laitteiston kuljettamisessa kirjastoon, vaan ne jäävät kirjaston ulkopuolisen tuottajan kontolle. Lisäksi hän mainitsee, että jalkautuvaa mainontaa ei järjestetä asiakkaiden tuottamiin tapahtumiin ja ainoat kirjaston tapahtumalle asetamat tavoitteet ovat tekniikan toimiminen ja se, että yleisölle on varattu tarpeeksi istuimia.

Tapahtumia varten Kirjasto 10:een on hankittu Kokkosen (2017) mukaan äänentoistolaitteet, miksauspöytä ja mikrofonit. Vaikka artisteilla on useimmiten mukanaan omat soittimet, niin artistit saavat kirjastolta tarvittaessa lainaksi myös basson, kitaran tai sähköpianon. Hän sanoo, että omaa rumpusettiä Kirjasto 10:llä ei ole, mutta sellainenkin tulee olemaan uudessa keskustakirjastossa Oodissa.

Kokkonen (2017) näkee, että kirjastolla on tärkeä rooli kaikenlaisen musiikin esille tuojana, eikä sille kuka kirjastossa voi esiintyä, ole varsinaisia rajoitteita. Hän mainitsee kuitenkin, että muissa kuin musiikkitapahtumissa on tarpeen olla tarkkana, ettei niihin liity

esimerkiksi puoluepoliittista sisältöä, koska Helsingin kirjastojen poliittisissa tapahtumissa on olemassa vaatimus, että vähintään kolme puoluetta osallistuu tapahtumaan.

Kova äänenvoimakkuus ei Kokkosen (2017) mukaan ole rajoite esiintyä Kirjasto 10:ssä. Kovimman äänenvoimakkuuden tapahtumaksi haastateltava mainitsee punk-illan, jossa soitettiin kirjaston tiloissa sellaisella äänenvoimakkuudella, joka vastaa jo rock-klubin äänenvoimakkuuksia. Tilana hän näkee Kirjasto 10:n riittävän toimivaksi musiikkitapahtumille. Se ei kuitenkaan ole täysin optimaalinen, koska sitä ei ole akustoitettu millään tavalla. Kirjasto 10 sijaitsee vuonna 1938 rakennetussa Helsingin vanhassa postitalossa, joka on haastateltavan mukaan suojelukohteena hankala rakenteellisten muutosten tekoon.

Tapahtumien markkinointikanavina Kokkonen (2017) luettelee kirjaston verkkosivun, paikalliset ja valtakunnalliset lehdet ja kirjaston oman salin markkinoinnin, eli tilassa näkyvät kuvaruudut ja julisteet. Julisteet jaetaan hänen mukaansa myös kaikkiin Helmet-kirjastoihin esille pantaviksi, mutta myös paikallisiin levykauppoihin, joihinkin opistoihin ja mahdollisesti muihin paikkoihin, joissa on tapahtuman kohderyhmään kuuluvia. Muista paikoista hän mainitsee senioreille suunnatun lauluillan, jonka yhteydessä tapahtumaa oli markkinoitu myös palvelutaloissa.

Markkinoinnin Facebookissa ja muissa sosiaalisen median palveluissa Kokkonen (2017) näkee ehdottoman tärkeäksi. Hänen arvionsa mukaan oikein kohdennettu markkinointi sosiaalisessa mediassa voi tuoda yli puolet tapahtuman yleisöstä. Hän sanoo, että sosiaalista mediaa hyödynnetään myös jälkimarkkinointiin lataamalla sinne kuvia tapahtumista.

Kirjasto 10:n tapahtumatuotannolla ei Kokkosen (2017) mukaan ole varsinaista hyödyketavoitetta, vaan pyrkimys on palvella veronmaksajia mahdollisimman monipuolisesti. Hän näkee kuitenkin, että tapahtumilla on myös rooli itse kirjaston ja kirjaston muiden palveluiden markkinoinnissa. Hän sanoo kaikkien kirjaston palvelujen tukevan siinä mielessä toisiaan, että yhden palvelun takia kirjastoon tullut saattaa havahtuakin kirjaston tilassa siihen, että kirjastossa järjestetään kaikenlaista muutakin. Kokkonen (2017) mainitsee laajentuneen palvelutarjonnan olevan syy siihen, että kirjasto ei ole ihmisten mielessä enää pelkkä lainasto, vaan monipuolinen kulttuuritekijä ja siksi tapahtumissa tulisi olla näkyvästi esillä aineiston lisäksi kirjaston muutkin palvelut, jos se vain sopii esiintyvälle artistille.

Tulevaisuudesta kysyttäessä Kokkonen (2017) katsoo jo uuden keskustakirjasto Oodin suuntaan. Hän sanoo, että Kirjasto 10 tulee väistymään Oodin tieltä näillä näkymin vuoden 2018 syksyllä. Koska uuden tilan suunnittelu on vielä kesken, ei hän pysty vielä varmasti sanomaan, miten musiikkitapahtumat tulevat asettumaan sinne. Yhtenä pohtimanaan tapahtumatyyppinä hän mainitsee terassin kahvilaan järjestettävän kevyen levysoittotapahtuman.

Kokkonen (2017) näkee Oodin suurena mahdollisuutena uusiin yhteistyökumppanuuksiin. Se että Oodissa on arvioitu käyvän 10000 asiakasta viikossa ja 2,5 miljoonaa asiakasta vuodessa on hänen mukaan vetovoimatekijä, joka tulee lisäämään kiinnostusta yhteistyöhön.

Helsingissä tapahtuu Kokkonen (2017) mukaan myös toimialamuutos. Sen myötä kirjasto tulee olemaan samaa virastoa kulttuuriasiainkeskuksen ja esimerkiksi kaupunginorkesterin kanssa. Tässä hän näkee mahdollisuuksia. Se että kirjasto on samaa virastoa kulttuuriasiainkeskuksen kanssa, tuo hänen mukaansa ammattimaisuutta kulttuurituotantoon ja henkilöstö- ja taloudellisia resursseja paljon suurempien tapahtumien, kuten jopa ulkoilmafestivaalien järjestämiseen. Se että Oodissa on paljon erilaisia tiloja yhdistettynä toimialamuutokseen, voisi haastateltavan mukaan mahdollistaa myös kaupunginorkesterin esiintymisen kirjaston hallinnoimissa tiloissa.

Pääkaupunkiseudulla musiikkitapahtumat saattavat musiikkikirjastopalvelun keskittymisen kautta muuttua Kokkonen (2017) mukaan tulevaisuudessa siten, että luodaan yksi tapahtuma, joka voidaan monistaa moniin eri kirjastoihin yli kuntarajojen. Hän sanoo, että tämä mahdollistaisi sen, että pienempienkin kirjastojen asiakkaat pääsisivät jatkossa nauttimaan laadukkaista musiikkikirjastotapahtumista.

Nämä tapahtumat tulisivat Kokkonen (2017) mukaan olemaan tuotannoltaan kevyitä, koska tekniikka ei kaikissa kirjastoissa anna myöten suurempien spehtaakkeliin järjestämiseen. Hän mainitsee, että käytäntö säästäisi myös työaika- ja taloudellisia kustannuksia, kun kaikkien kirjastojen ei tarvitsisi järjestää musiikkitapahtumiaan alusta loppuun itse. Haasteita hän näkee siinä, miten paikallisuus saataisiin näkymään tapahtumissa. Mikäli suunnitellaan koko pääkaupunkiseudun kiertävä musiikkitapahtuma, niin myös se pieni lähiö olisi saatava näkymään tapahtumassa silloin kun se järjestetään siellä.

## 4.2 Tampereen pääkirjasto Metson musiikkiosasto

Tampereen pääkirjasto Metso sijaitsee Tampereen keskustassa Hämeenpuiston ja Pirkankadun risteyksessä. Pääkirjasto Metso on kolmikerroksinen kirjasto, jonka parvella sijaitsee lehtisalin ja kahvilan ohessa myös Metson musiikkiosasto. Pääkirjasto Metso on osa Pirkanmaan PIKI-kirjastoverkkoa. (Tampereen kaupunki 2017.)

Tampereen pääkirjasto Metson musiikkiosastolla järjestetään Koiviston (2017) mukaan lähes viikoittain tapahtumia ja tapahtumia on kaikenlaisia Metso LIVE -tapahtumista viidesluokkalaisille järjestettäviin musiikkivinkkauksiin. Hän sanoo, että ne voivat olla myös musiikkiin liittymättömiä, kuten elokuva- tai sarjakuva festivaaleihin liittyviä tapahtumia.

Se miten ja kenen kanssa musiikkitapahtumia tuotetaan, pyritään Koiviston (2017) mukaan pitämään vahvasti omissa käsissä. Koivisto sanoo, että Metson musiikkiosastolla on kyllä tapahtumia, joissa esiintyy artisteja, jotka ovat itse ottaneet kirjastoon yhteyttä ja pyytäneet mahdollisuutta esiintyä. Näissäkin tapauksissa kirjasto haluaa päättää, kenen kanssa tapahtumat toteutetaan.

Syiksi tähän Koivisto (2017) mainitsee, että osastolla ei haluta olevan tapahtumia ihan koko ajan ja että silloin kun tapahtumia järjestetään, halutaan kiinnittää huomiota laatuun. Tarpeen mukaan yhteydenottoja välitetään hänen mukaansa myös muille alueen kirjastoille. Eräänä esimerkkinä tällaisesta tapahtumasta haastateltava mainitsee Asiakkaiden lava -tapahtuman, mihin asiakkaat saivat hakea esiintyjiksi lähettämällä tuotoksiaan kirjastolle. Tämän jälkeen noin 30 näytteen perusteella valittiin tapahtumaan kolme esiintyjää.

Koiviston (2017) mukaan kirjaston oman Metso LIVE -konseptin idea on yhdistää elävä musiikki, kirjastoaineisto, kirjastotilat, esiintyjät ja asiakkaat toisiinsa. Hän sanoo, että aineisto on konseptissa erittäin keskeisessä roolissa. Artisteilta pyydetään hänen mukaan lista, johon he kirjaavat omia suosikkejaan ja tämän listan perusteella tuodaan lainattavaa aineistoa esille tapahtumaan.

Listan aineistoa ei Koiviston (2017) mukaan ole rajattu pelkkään musiikkiaineistoon, vaan se voi olla mitä tahansa kirjastosta löytyvää aineistoa, kuten kirjallisuutta tai elokuvia. Hän kertoo, että konsertin lisäksi tapahtumaan kuuluu haastatteluosio, jossa puhu-

taan artistin itsensä lisäksi myös listalla olevista innoittajistaan. Hän sanoo, että tulevaisuudessa aineistokeskeisyyttä voitaisiin vielä kehittää esimerkiksi tuomalla paremmin esille e-aineistoja ja tietopalvelua, mikä on myös tavallaan tietynlainen aineisto.

Tilan käyttö tapahtumissa on Koiviston (2017) mukaan mietitty niin, että artistit esiintyvät nimenomaan aineiston keskellä musiikkiosaston hyllyjen välissä, eivätkä missään erillisessä kirjaston tilassa. Syyksi tähän hän sanoo sen, että muista syistä saapuneiden satunnaisten asiakkaiden on helppo huomata avoimessa tilassa oleva musiikkitapahtuma ja jäädä seuraamaan sitä. Hänen mukaansa yksittäisessä Metso LIVE -tapahtumassa voi olla peräti 150-300 katsojaa.

Koivisto (2017) sanoo, ettei Metso LIVE -konseptilla ole ulkomaalaisia tai mitään muitaakaan esikuvia, vaan se on kehitetty nimenomaisesti Tampereen pääkirjastoon räätälöitynä ideana. Konseptia on rakennettu hänen mukaansa pitkäjänteisesti niin, että alussa oli vain kirjastotilat, kirjastotyöntekijät ja kirjastoaineisto. Edes omia äänentoistolaitteita tai konseptin kehittämiseen osoitettua rahaa ei vielä alussa ollut.

Leimallisina piirteinä Metso LIVE:lle Koivisto (2017) näkee hyvän imagon ja positiivisen maineen. Heillä on hänen mukaansa hyvät yhteistyökumppanit, laaja verkosto ja toimivampi sosiaalisen median markkinointi kuin useimmilla tapahtumissa esiintyvillä. Yhtenä vahvuutena hän näkee myös sen, että konseptin tapahtumapaikka on kirjasto, koska kirjastot ovat sijainneistaan riippumatta sellaisia paikkoja, mistä ihmiset pitävät.

Metson musiikkiosasto tekee Koiviston (2017) mukaan todella paljon yhteistyötä erilaisen, useimmiten tamperelaisten toimijoiden kanssa. Koivisto sanoo, että yhteistyötä tehdään esimerkiksi oppilaitosten, levy-yhtiöiden, festivaalien, Teoston, taidemuseoiden ja klubien kanssa. Yhteistyö voi olla Koiviston mukaan esimerkiksi sellaista, että klubin kanssa sovitaan, että illalla klubilla esiintyvä artisti esiintyy halutessaan kirjastossa aiemmin samana päivänä pientä korvausta vastaan. Klubi saa vastavuoroisesti mainostaa kirjaston tiloissa illan maksullista konserttia, mistä artistikin saa luonnollisesti isomman korvauksen. Myös esimerkiksi oppilaitos voi järjestää kirjastossa Opi lukemaan nuotteja -työpajan.

Mitään yleispätevää tapahtuman suunnitteluun menevää aikaa Koivisto (2017) ei osaa yksilöidä, koska tapahtumasuunnittelua tehdään samanaikaisesti muiden töiden ohessa. Välillä haastattelut vaativat enemmän taustatyötä, mutta usein hän tekee ne myös ihan pelkällä yleistiedolla. Esimerkkeinä aikaa vievistä asioista hän mainitsee esille pantavan kirjastoaineiston varailun ja esiintyjän hankkimisen hyvin pienellä budjetilla. Hän sanoo

työmetodinsa olevan sellainen, että hän pyrkii minimoimaan turhan työn ja kehittämään tapahtumaa tulevaisuuden kannalta paremmaksi.

Koivisto (2017) sanoo, että toteutusvaiheessa tehtävät käytännön järjestelyt pitävät sisällään monia erilaisia tehtäviä, jotka vaihtelevat paljon. Hänen mukaansa joissain tapauksissa järjestelyjen tarve voi kasvaa ennen tapahtumaa, jos keksitään jokin uusi idea, joka halutaan toteuttaa. Kirjallista tapahtumakäsikirjoitusta ei hänen mukaansa tehdä.

Metson musiikkiosaston tapahtumissa on Koiviston (2017) mukaan yleensä yksi vastuuhenkilö, joka määräytyy kiinnostuksen kohteiden ja työvuorojen mukaan. Hän sanoo, että tarvittaessa myös muut paikalla olevat työntekijät auttavat päävastuussa olevaa henkilöä tapahtuman järjestämisessä niin, että kaikki sujuu. Kenraaliharjoituksetkin voivat haastateltavan mukaan olla tarpeen, jos suunnitellaan esimerkiksi tapahtuman kuvaamista uudella tavalla.

Tapahtumien tavoitteista Koivisto (2017) toteaa, että tapahtumat ovat osa musiikkikirjastotoimintaa ja niillä on monia erilaisia tarkoituksia. Tärkeimpänä seikkana hän näkee kuitenkin sen, että ne eivät ole irrallisia tapahtumia, vaan että niissä on kirjastokokoelmat ja muu kirjastotoiminta kiinteästi mukana.

Koivisto (2017) näkee artistien esiintymiselle kirjastossa monta hyvää syytä. Hän huomauttaa, että elävä musiikki kiinnostaa ihmisiä ja kuuluu yhtä lailla kirjastoon kuin muisakin muodoissa oleva musiikki, kuten eri formaateissa oleva ääni, paperilla olevat nuotit tai musiikki yhdistettynä kuvaan. Ilmaisena ja ikärajjattomana paikkana kirjasto mahdollistaa haastateltavan mukaan esiintyjän näkemisen myös monille niistä, jotka eivät jostain syystä pääse häntä muuten näkemään. Kirjasto voi Koiviston (2017) mukaan hyötyä esiintymisistä hyvän imagon muodossa. Hän sanoo, että Metson musiikkiosasto haluaa olla mukana pirkanmaalaisen ja tamperelaisen musiikkielämän keskiössä ja siksi elävää musiikki on vaikea sivuuttaa.

Metson musiikkiosasto haluaa tarjota asiakkailleen laajalla rintamalla kaikenlaisen musiikin tapahtumia, sanoo Koivisto (2017). Hänen mielestään Tampereen pääkirjastona heidän pitää turvata erilaisten musiikin tyyllilajien näkyminen tapahtumissa kuten niiden näkyminen on turvattu kokoelmapolitiikassakin, joten tarkka seuranta asian suhteen on tarpeen. Hän sanoo, että jos kuitenkin huomataan, että jonkin tyyllilajin tapahtumat ovat erityisen suosittuja ja onnistuneita, niin niitä voidaan tehdä hiukan enemmän. Tästä esimerkkinä hän mainitsee klassisen musiikin tapahtumat, mikä on paljolti kiinni hyvistä yh-

teistyökumppanuuksista paikallisten alan toimijoiden kanssa. Koska Metson musiikkiosasto toimii Tampereella, on haastateltavan mukaan luonnollista, että tapahtumissa esiintyy paljon paikallisia artisteja, vaikkei varsinaista painotusta paikallisuuteen olekaan.

Tampere on Koiviston (2017) mielestä hyvä toimintaympäristönä Metson musiikkiosaston tapahtumatoiminnalle, koska sieltä löytyy paljon erilaisia klubeja, levykauppoja, orkestereita ja oppilaitoksia. Hän näkee kaupungin vireän musiikkielämän pelkkänä etuna.

Koivisto sanoo, että Metso LIVE -tapahtumat ovat useimmiten maanantaisin kello 16.30, koska silloin Tampereella ei yleensä ole kilpailevia tapahtumia ja artisteillakin on vapaa-päivä ja näin aikaa tulla kirjastoon esiintymään. Hän painottaa kuitenkin, että Metson musiikkiosasto on valmis venymään erittäin paljon hanketta toteuttaessaan, jos joku tunnettu artisti haluaa tulla esiintymään tai joku hyvä yhteistyökuvio sitä vaatii.

Koiviston (2017) mukaan esiintyjä hyötyy esiintymisestä Metson musiikkiosastolla niin, että kirjasto markkinoi artistia ja tarjoaa tälle esiintymistilan. Hän sanoo, että sen lisäksi artisti voi saada esiintymisen kautta mahdollisia uusia asiakkaita ja osassa tapahtumista pienen rahallisen korvauksen riippuen osittain siitä, onko taustalla yhteistyökuvioita jonkun muun toimijan kanssa. Kirjasto myös antaa haastateltavan mukaan artistin myydä tapahtuman yhteydessä levyjään ja muita tuotteitaan.

Esiintyjille tarjottaisiin Koiviston (2017) mukaan suurempia esiintymispalkkioita, jos kirjastolla olisi siihen taloudellisia resursseja. Koska rahalliset korvaukset ovat pienet, on hänen mielestään tärkeää, että yhteistyötä tehdään nimenomaan niiden kanssa, jotka todella haluavat esiintyä kirjastossa kuin myös se, että kirjaston artistille tekemä markkinointi on laadukasta. Yhteistyön pitäisi haastateltavan mukaan tapahtua niin, että esiintymisestä hyötyy kirjasto, esiintyjä ja asiakkaat. Hän summaa, että Metson musiikkiosastolla on opittu yhteistyön tekemisestä paljon ja koko ajan opitaan lisää.

Koiviston (2017) mukaan kirjasto voi tarjota muille yhteistyökumppaneille, joiden kautta artistit tulevat kirjastoon esiintymään, lähinnä markkinointia sosiaalisessa mediassa ja kirjastotilassa. Rehellisyys on hänen mukaansa ensiarvoisen tärkeää toimittaessa yhteistyökumppanien kanssa. Hän ei näe sille, kenen kanssa yhteistyötä tehdään, muita rajoitteita kuin sen, että yhteistyökumppani on kirjaston yleisten arvojen mukainen. Kirjaston yleisten arvojen vastaiseksi asiaksi hän mainitsee esimerkkinä rasismia.

Koivisto (2017) näkee tärkeänä, että päätäntävalta siitä, miten yhteistyökumppani näkyy kirjastotilassa, pysyy kirjastolla. Kirjaston yleisessä asenteessa hän on viime aikoina

huomannut muutoksen siinä, että nykyään yhteistyökumppaneita todella halutaan, kun ennen yhteistyökumppanien näkymiseen kirjastotilassa suhtauduttiin kielteisemmin.

Koiviston mukaan verkostoituminen artistien ja muiden yhteistyökumppanien kanssa tapahtuu henkilökohtaisten kontaktien ja erilaisten tamperelaisten toimijoiden kautta. Sen lisäksi kontakti voi syntyä myös niin, että tunnetutkin musiikkialan ihmiset ja artistit ovat Metson musiikkiosaston asiakkaita.

Tapahtumien markkinointi on Koiviston (2017) mukaan erittäin laaja-alaista. Metso LIVE konseptia on hänen mukaansa markkinoitu varsinkin alussa viemällä paperijulisteita muun muassa paikallisiin soitinliikkeisiin, levyliikkeisiin, baareihin, kahviloihin ja elokuva-teattereihin. Hän sanoo, että nykyään paperijulisteita ripustetaan lähinnä Tampereen ja Pirkanmaan kirjastoihin. Aamulehteen ja paikallislehteen lähetetään haastateltavan mukaan viikoittain mainokset kirjaston tapahtumista, jotka poikivat välillä juttuja tapahtumista. Tarvittaessa hän voi ottaa toimittajiin yhteyttä myös henkilökohtaisten kontaktiensa kautta.

Tärkeimpänä markkinointikanavana Koivisto (2017) näkee kuitenkin sosiaalisen median, mikä Metson musiikkiosaston kohdalla tarkoittaa enimmäkseen Facebookia ja Twitteriä. Hän sanoo, että Metson musiikkiosastolla on vapaat kädet sosiaalisessa mediassa tapahtuvan markkinoinnin suhteen, kunhan noudatetaan kirjaston sosiaalisen median käyttöä koskevaa strategiaa.

Koiviston (2017) mukaan jälkimarkkinointia tehdään laittamalla tapahtumista kuvia sosiaaliseen mediaan ja kirjoittamalla niistä jotain. Youtubeen on hänen mukaansa ladattu myös paljon videoita artisteista esiintymässä, haastateltavana ja kertomassa omista suosikeistaan. Hän näkee, että jälkimarkkinoinniksi voi laskea myös sen, että tapahtumista voidaan tehdä suoraa lähetystä Youtuben, Periscopen ja Facebookin kautta, koska video jää palveluun katsottavaksi senkin jälkeen, kun suora lähetys on päättynyt.

Tietynlaisena jälkimarkkinointina Koivisto (2017) näkee myös sen, että joku kirjottaa Metson musiikkiosaston tapahtumasta blogiinsa tai että tapahtumasta tehdään lehtijuttu, vaikkei se olekaan suoranaisesti kirjaston tekemää jälkimarkkinointia. Se että lehtijuttuja tehdään, on hänen mukaansa paljon Metson musiikkiosaston hyvän maineen ansiota. Jälkimarkkinointia voisi hänen mielestään vielä kehittää esimerkiksi jakamalla esiintyjien suosittelulistoja enemmän sosiaalisessa mediassa.



Youtubeen ladattujen videoiden taltioinnista Koivisto (2017) mainitsee, että osa on tehty yhdellä kameralla ja osa kolmella, joiden kuvaamasta materiaalista lopullinen video on koostettu. Se miten kuvaus toteutetaan, riippuu hänen mukaansa sen hetkistä resursseista ja yhteistyökumppaneista. Hän näkisi ihanteellisena tilanteena, että Metson musiikkiosasto löytäisi yhteistyökumppanin, jolla olisi tarvittava kalusto ja osaaminen tapahtumien korkealaatuiseen taltiointiin. Näin kirjaston työntekijät voisivat keskittyä tapahtuman järjestämiseen ja isännöintiin. Tällaisena kumppanina hän mainitsee Yleisradion, joka voisi julkaista Metso LIVE-tapahtumat myös Yle Areenassa.

Koivisto (2017) uskoo vakaasti, että oikea yhteistyökumppani taltioimaan tapahtumia videolle tulee myös tulevaisuudessa löytymään. Hän näkee videot varsin tehokkaana jälkimarkkinointina, koska osaa videoista on katsottu jopa yli 10000 kertaa. Hän esittää myös aiheellisen kysymyksen siitä, pitäisikö videoiden katsomisetkin laskea kirjastokäynneiksi, kun käynnit PIKI-verkkokirjastossakin lasketaan.

Koivisto (2017) näkee, että pitkäjänteinen markkinointityö on nostanut Metso LIVE:n sellaiseksi brändiksi, mikä se tänä päivänä on. Laadukas työimago, mikä Metson musiikkiosastolle on syntynyt, poikii hänen mukaansa sen, että heistä tehdään paljon juttua eri medioissa. Hän laskeekin, että he ovat olleet radiossa välillä kymmeniä kertoja vuodessa.

Tulevaisuudessa Koiviston (2017) mukaan on edelleen kehitettävä erilaisia yhteistyökuvioita, tekniikkaa ja uusia ideoita. Hän näkee, että on samaan aikaan toimittava nykyhetkessä, katsottava hiukan tulevaisuuteen ja oltava etulinjassa kirjasto- ja musiikkimaailmassa.

#### 4.3 Turun pääkirjaston musiikkiosasto

Turun pääkirjasto sijaitsee Turun keskustassa Aurajoen rannalla. Musiikkiosasto sijaitsee sen vanhan puolen yläkerrassa. Turun pääkirjasto on osa Varsinais-Suomen Vaskikirjastoverkostoa.

Turun pääkirjaston musiikkiosastolla järjestetään Impivaaran (2017) mukaan musiikkitapahtumia enintään kerran viikossa, mutta vähintään kerran kuukaudessa. Hän näkee musiikkitapahtumat ennen kaikkea kirjastolle loogisena ja helposti järjestettävänä tapahtumana, mutta on olemassa tietynlaista painettakin kaikenlaisten tapahtumien järjestä-

miseen. Kirjaston täytyy hänen mukaansa perustella olemassaoloon päättäjille esimerkiksi tapahtumatilastojen kautta ja viestiä, että kirjasto on muutakin kuin pölyttynyt kirjavarasto.

Turun pääkirjaston musiikkiosastolla tehtävä yhteistyö muusikoiden kanssa on Impivaaran (2017) mukaan monimuotoista. Hänen mukaansa muusikot saattavat välillä olla yhteistyössä kirjaston kanssa myös luennoitsijoina tai näytteilleasettajina. Esimerkkinä hän kertoo erään muusikon näyttelystä musiikkiosastolla. Tämä ehdotti soittavansa konsertin näyttelyn yhteydessä, mikä sitten toteutettiin.

Varsinaisten konserttien tiimoilta alkusysäys yhteistyölle syntyy Impivaaran (2017) mukaan useimmiten niin, että artistit ottavat kirjastoon yhteyttä tai joskus myös niin, että kirjasto ottaa yhteyttä sopivaan artistiin ja ehdottaa yhteistyötä. Hän haluaisi Turun pääkirjaston musiikkiosaston olevan sellainen foorumi, mihin monenlaiset artistit ottaisivat enemmän yhteyttä kysyäkseen esiintymismahdollisuudesta.

Mieluiten Impivaara (2017) tahtoi tuoda Turun pääkirjaston musiikkiosastolle sellaisia artisteja, joilla voi olla vaikeuksia saada muita esiintymismahdollisuuksia. Näistä hän mainitsee aloittelevat artistit ja erikoisemmat esiintyjät, kuten musiikkiosastolla taannoin esiintyneen kiinalaisen guzhengin soittajan konsertin. Hän näkeekin Turun pääkirjaston musiikkitapahtumien arvon ja edun siinä, että niissä tarjotaan jotain sellaista, mitä ihmiset eivät vielä tiedä tai tunne.

Pitkäaikaisista yhteistyökumppaneista Impivaara (2017) mainitsee Turun kirjakahvilan ja Turun konservatorion, joiden lisäksi yhteistyötä on ollut Turun filharmonisen orkesterin kanssa. Hän on myös avoin sille, että tällaisia yhteistyökumppanuuksia solmittaisiin lisää, eikä sulje pois yhteistyötä kaupallisempienkin kumppanien kanssa, jos vain yhteistyö on luontevaa.

Impivaara (2017) kertoo, että Turun pääkirjaston musiikkiosastolla on alkamassa projekti, jolla pyritään saamaan pysyvämpiä rakenteita yhteistyöhön niin, ettei verkostoituminen toimi vain yhden henkilön kautta. Hänen mukaansa on mietitty, että projektiin rekrytoitaisiin mahdollisesti myös uusi työntekijä. Hän toivookin, että sitä kautta oikea kanava kirjaston ja artistien välille löytyisi, jotta yhteistyötä voitaisiin tehdä vastaisuudessa enemmän. Haastateltava muistuttaa kuitenkin, että koko ajan ei voi olla tapahtumia, koska muuten ihmiset turtuvat niihin. Hän näkeekin, että silloin kun kirjastossa tapahtuu jotain, sen pitää olla tapaus itsessään.

Impivaaran (2017) mukaan yhteistyömalleja ei ole tähän mennessä hirveästi pohdittu, vaan ideat ovat syntyneet niin, että yhteistyökumppanit ovat ottaneet kirjastoon yhteyttä tai päinvastoin. Jos yhteistyö on toiminut, niin sitten sitä on hänen mukaansa pyritty jatkamaan. Hän näkisi kuitenkin, että tarkemmin mietitty pohja ja pidemmän tähtäimen suunnitelmat olisi hyvä olla olemassa. Hän uskoo, että ideoita syntyisi enemmän ja paremmin, jos kirjasto saisi rakennettua yhteistyön paikallisia musiikkiympyröitä pyörittäviin henkilöihin.

Yhtenä sopivana yhteistyökumppanina kirjastolle musiikkitapahtumissa Impivaara (2017) näkisi radion. Hänen mukaan kirjasto voisi olla se paikka, jossa järjestetystä tapahtumasta tehtäisiin taltiointi myös radioon. Hän näkee kirjaston tapahtumien ja radion artistihaastattelun tarjoaman tiedon välillä selkeitä yhtäläisyyksiä, joten ne olisivat yhdistettävissä. Ongelmana hän näkee radioiden pienet budjetit ja nykyaikaisen mallin, jossa musiikkia soitetaan vain soittolistoilta. Tästä syystä hän epäileekin, että ainoa kaupunki, jossa kyseinen yhteistyö voisi Suomessa toimia, on Helsinki. Se miten kirjastot ja erilaiset mediatoimijat voisivat hyötyä yhteistyöstä, onkin hänen mielestään kartoittamisen arvoisen asia.

Impivaara (2017) uskoo, että voisi myös olla olemassa jokin monialaisempi yhteistyökumppani, jota ei vain ole vielä osattu miettiä. Se voisi olla jotain, joka ei suoraan liity musiikkiin, mutta on kuitenkin linkitettävissä siihen, kuten valokuvaustoimintaa tai mediataidetta, mutta sen tarkemmin hänkään ei ole asiaa vielä ehtinyt miettiä.

Impivaara (2017) arvioi, että puhtaimmillaan kirjasto saa musiikkitapahtumista kävijäluokja, jotka saattavat olla parhaimmillaan kymmeniä, mikä ei kuukausitilastoissa ole hirtittävän suuri luku. Hän näkee tapahtumat kuitenkin positiivisena asiana kirjastolle. Niillä saatetaan saada kirjastoon asiakkaita, jotka eivät tulisi sinne muuten tai eivät ole käyneet kirjastossa aikoihin, eivätkä ole nähneet kirjastossa tapahtuneita muutoksia.

Monille artisteille riittävä hyöty on Impivaaran mukaan (2017) jo pelkkä mahdollisuus esiintyä. Hän toteaa, että vaikka kirjasto ei juurikaan maksa artisteille palkkioita esiintymisistä, he tulevat mielellään esiintymään, koska kirjasto on yleisesti pidetty ja voittoa tavoittelematon laitos. Hän pyrkiikin järjestämään kirjastolle taloudellisesti kannattavia matalan kynnyksen tapahtumia, joissa esiintyvä artisti on halukas esiintymään ilman palkkiota pelkästä soittamisen ilosta. Artisteihin vetoaa kirjaston musiikkitapahtumien näkeminen erikoisuutensa vuoksi myönteisinä. Siksi artisteja on helppo pyytää yhteistyöhön.

Impivaara (2017) näkee järkevämpänä kirjaston tapahtumaideana sen, että tunnettua artistia pyydetään kirjastoon soittamaan suosikkilevyjään ja kertomaan niistä, kuin että samaa artistia pyydetäisiin soittamaan akustinen konsertti ilman riittävän isoa korvausta. Hänen mukaansa monet artistit ovat paljon kiinnostuneempia tulemaan pienellä korvauksella tapahtumaan soittamaan levyjä, koska se on erikoisempaa ja sitä kautta myös kiinnostavampaa artistille. Lisäksi asiakkaat voivat saada tapahtuman kautta uutta ja kiinnostavaa tietoa artistista. Hän sanoo, että koska sen kaltaisista tapahtumista hyötyvät kaikki osapuolet, ja koska ne sopivat juuri kirjastolle, pyritään niitä myös aina mahdollisuuksien mukaan järjestämään.

Impivaara (2017) näkee, että kirjastolla on myös rooli paikallisen musiikkikentän tukemisessa. Tästä hyvänä esimerkkinä hän kertoo Turun kirjakahvilan kanssa yhteistyössä tehdystä laulaja-lauluntekijätapahtumasarjasta, jossa samassa tapahtumassa pääsi esiintymään tunnetumpi ja tuntemattomampi laulaja-lauluntekijä. Hänen mukaansa tapahtuman idea oli onnistunut, vaikka suurin osa ihmisistä tuli katsomaan tunnetumpaa nimeä. Myös tuntemattomampi artisti sai tilaisuuden esiintyä näille ihmisille.

Mitään varsinaista tapahtumakonseptia Turun pääkirjaston musiikkiosastolla ei vielä Impivaaran (2017) mukaan ole, mutta sellainen on mahdollisesti tulossa tulevaisuudessa. Ensin täytyy hänen mukaansa kuitenkin kartoittaa mahdolliset yhteistyökumppanit ja luoda valmiita toimintamalleja, ettei joka kerta tarvitse aloittaa täysin alusta. Sen lisäksi hän pitää tärkeänä, että vastaisuudessa kyettäisiin myös ylläpitämään paremmin yhteistyöverkkoa. Hän uskoo, että luonteva konsepti voisi olla vaikkapa musiikkikirjastokeikka, joka olisi samantyyppinen kuin nykyään levykaupoissa järjestettävät artistiesiintymiset.

Vaikka Turun pääkirjaston musiikkiosastolla ei varsinaista tapahtumakonseptia olekaan, niin osastolla on järjestetty tapahtumasarjoja, joista Impivaara (2017) mainitsee erikseen Robert Stormin suositut luennot. Hän kertoo suunnitelleensa myös niin ikään sarjamuodossa olevan kansanmusiikkiklubin järjestämistä.

Tapahtumat Turun pääkirjaston musiikkiosastolla ovat Impivaaran (2017) mukaan usein aineistolähtöisiä. Hän sanoo, että tapahtumiin pyritään mahdollisuuksien mukaan asettamaan näyttely lainattavasta aineistosta, mutta esteeksi voi välillä muodostua se, että näyttelylle varatulla paikalla on jo valmiiksi joku näyttely, jota ei ehkä välttämättä pureta yhden tapahtuman takia.

Aineistoa on tuotu tapahtumiin myös muilta osastoilta, mistä Impivaara (2017) mainitsee esimerkkinä levyraadin kaltaisen Hittimittari -tapahtuman, jossa soitetaan suosittuja kap-paleita eri vuosikymmeniltä. Tässä tapauksessa tapahtumaan oli hänen mukaansa tuotu esille elokuvia kyseisiltä vuosikymmeniltä. Hän sanoo, että tulevaisuudessa on tulossa samanlainen tapahtuma elokuvamusiikkiteemalla, johon elokuvat saadaan mukaan entistä konkreettisemmin. Jos tapahtumalla on olemassa jokin looginen yhteys, millä siihen saadaan liitettyä muiden osastojen aineistoja, niin silloin niitä hänen mukaansa liitetään.

Impivaaran (2017) mukaan kaikki Turun pääkirjaston musiikkiosastolla järjestetyt tapahtumat eivät kuitenkaan ole aineistolähtöisiä. Hän kertoo, että Turun osastolla on ollut myös muutamia hyviä tapahtumia, joissa on ollut informaatiolähtöisempi kulma. Näistä hän mainitsee esimerkiksi luentokonsertin, jonka aiheena on ollut improvisaatio. Hän sanoo, että tapahtumassa esiintyjä kertoi improvisaatiosta ja myös näytti, miten se tehdään käytännössä. Joskus konsertit voivat olla myös vain puhtaasti viihteellisiä, hän sanoo.

Yksittäisen tapahtuman suunnittelussa voi Impivaaran (2017) mukaan mennä aikaa yhdestä päivästä viikkoihin. Hän sanoo, että käytännön järjestelyihin kuuluu tapahtumasta riippuen muun muassa tuolien sijoittelua, mainostamista, sähköpostien lähettämistä, markkinointia sosiaalisessa mediassa, tapahtumakalenterien ja tilanvarauskalenterien täyttööä sekä tapahtumaan liittyvän aineiston valintaa ja esillepanoa.

Tapahtumakäsikirjoitus tai tapahtumabrief tehdään Impivaaran (2017) mukaan musiikkitapahtumiin harvoin, mutta jos tapahtumavastaava on lomalla tai muuten estynyt olemaan paikalla, niin voi olla, että sijaiselle täytyy tehdä kirjalliset ohjeet. Hän kertoo myös, että kirjastolle on aikanaan hankittu tapahtumia varten muun muassa äänentoistoon käytettävät kaiuttimet ja levyjen soittoa varten tarvittavat laitteet.

Impivaara mainitsee, että Turun pääkirjaston musiikkitapahtumissa yhdellä henkilöllä on päävastuu ja muille tulee tietty prosentti tapahtumatyötä. Tapahtuman vastuualueista hän luettelee esiintyjien hankkimisen, promootion, tekniikan ja byrokratian. Näitä alueita jaetaan tapahtumasta riippuen. Soundcheckejä tai kenraaliharjoituksia ei hänen mukaansa yleensä tehdä.

Musiikkitapahtumilla tavoitellaan Impivaaran (2017) mukaan sitä, että ihmisiä saataisiin paikalle katsomaan esiintyjä ja lainaamaan luentoon liittyviä levyjä tai sen kaltaista musiikkia, mitä tapahtumassa esiintyvä artisti soittaa. Hän sanoo, että kymmeneenkin tapahtumaa katsomaan tulleeeseen asiakkaaseen ollaan tyytyväisiä. Minkäänlaista vaikutusarviota tai muuta seurantaa ei tapahtumiin liittyen ole tehty.

Impivaara (2017) näkee Turun pääkirjaston musiikkiosaston kaikuisat tilat haasteellisina. Varsinkin jos esiintyvässä yhtyeessä on kovaääninen rumpali, niin soitto puuroutuu helposti. Toisaalta hän mainitsee myös, että kerran musiikkiosastolle johtavassa portaikossa järjestettiin kuoron esiintyminen, joka oli kuulostanut siinä tilassa upealta. Hänen mukaansa tilat sopivat parhaiten herkempien konserttien ja akustisen musiikin esityspaikaksi.

Impivaara (2017) sanoo, että jos musiikkitapahtumia vietäisiin kirjaston muihin tiloihin, kuten pääaulassa sijaitsevaan Studioon, niin se ei oikein olisi hänen mielestään enää musiikkikirjaston tapahtuma. Perusongelmana hän näkee sen, ettei oikein mikään kirjaston tila ole suunniteltu niin, että siellä voisi soittaa lujaa kokonainen yhtye, koska musiikki kantautuisi kaikkiin kirjaston osiin. Hän uskoo, että kirjaston sisäpihalla yhtyeen esiintyminen sen sijaan onnistuisi, mutta sinne pitäisi varmuuden vuoksi hankkia sateensuoja.

Toimintaympäristöllä on myös Impivaaran (2017) mukaan vaikutuksensa kirjaston musiikkitapahtumiin. Hän näkee, että Helsingissä ja Tampereella kirjaston musiikkitapahtumiin on helpompi saada vetovoimaisia esiintyjiä kuin Turussa, koska niissä asuu enemmän tunnettuja muusikkoja. Hän sanoo, että samaa artistia ei voi kutsua jatkuvasti esiintymään. Haastateltavan mukaan laadukkaiden musiikkitapahtumien järjestäminen muuttuu sitä haasteellisemmaksi, mitä pienempi kaupunki on kyseessä. Tämä on myös yksi syy, miksi hän pyrkii järjestämään paljon asiakkaiden yhteydenotosta lähtöisin olevia tapahtumia.

Esiintyjän sanoman suhteen Impivaara (2017) vetää rajan syrjintään. Hän sanoo, että muuten ei oikein ole rajoitteita esiintyjille. Käytännössä hän ei ole joutunut kohtaamaan tilannetta, jossa jokin esiintyminen olisi pitänyt jättää järjestämättä syrjivän sanoman takia, eikä toisaalta usko, että sellaista sanomaa levittävät artisti kirjastoon haluavatkaan.

Impivaara (2017) ei ole nähnyt tarvetta kiinnittää erityishuomiota siihen, että kirjaston musiikkitapahtumissa näkyisivät eri musiikin tyyliä tasapuolisesti. Hän perustelee kantansa sillä, että kokoelmatasollakaan ei vallitse täydellinen tasapuolisuus eri tyylien välillä. Osittain on kyse myös siitä, mitä ihmiset lainaavat. Hän sanoo, että tapahtumissa ei myöskään ole tarpeen miettiä kokoelmapoliittisia linjauksia, vaan niitä voidaan järjestää sitä mukaa kun ideoita ja halukkaita esiintyjiä tulee. Vaikka asiaan ei ole kiinnitetty sen erityisempää huomiota, hän näkee, että Turun pääkirjaston musiikkiosaston tapahtumat ovat olleet musiikillisesti erittäin monipuolisia.

Tapahtumia markkinoidaan Impivaaran (2017) mukaan sosiaalisessa mediassa, Vaski-alueen musiikkiosastojen yhteisessä Musasto-blogissa, kirjaston sivuilla, kirjaston tapahtumakalenterissa ja Turun sanomien menovinkeissä, josta silloin tällöin tulee myös haastattelupyyntöjä. Hän sanoo, että paikallislehden haastatteluun pääseminen tuo yleensä yleisöä tapahtumiin, mutta varsinaista mainostilaa kirjasto ei voi sieltä ostaa. Harvemmin käytettynä, mutta toimivana markkinoinnin keinona haastateltava mainitsee mainosjulistusten ripustamisen esimerkiksi kauppojen tai yliopiston ilmoitustauluille.

Onnistuneen sosiaalisessa mediassa tapahtuvan markkinoinnin vaikutukset Impivaara (2017) näkee suurina. Hän mainitsee esiintyjän osallistumisen markkinointiin jakamalla tapahtumaa Facebookissa omille seuraajilleen ja kavereilleen olevan tärkeää. Hän sanoo myös, että jos joku tunnettu ja seurattu henkilö esimerkiksi media-alalta sattuu nostamaan tapahtuman esille sosiaalisessa mediassa, niin se voi lopulta häntä seuraavien ihmisten kautta johtaa jopa valtakunnallisen musiikkilehden tekemään juttuun. Jälkimmäisen haastateltava sanoo jäävän lähinnä Instagramiin laitettavien kuvien tasolle.

Siihen että kirjasto tuottaisi videoita tapahtumista esimerkiksi Youtubeen, Impivaara (2017) suhtautuu ajatuksen tasolla myönteisesti ja tulevaisuuden kannalta kehittämisen arvoisena ideana. Hän huomauttaa kuitenkin, että ennen sitä pitäisi ottaa selvää, millaisia lupia materiaalin julkaisemiseen tarvitaan, jotta ei tule tehtyä tekijänoikeusrikkomuksia. Hän näkee, että kirjaston pitää olla esimerkillinen näissä asioissa myös mediakasvatuksellisen roolinsa vuoksi. Hänen mukaansa Turun pääkirjastolla on jo olemassa tarvittavat välineet tapahtumien taltiointiin ja editointiin, mutta haasteita tuottaisi järjestää aikaa ja joku osaava henkilö tekemään käytännön työ.

Musiikkitapahtumatuotannon Turun pääkirjastolla Impivaara (2017) näkee muuttuvan tulevaisuudessa ammattimaisemmaksi henkilöresurssien ja voimavarojen lisäämisen kautta. Tällä hetkellä tapahtumat ovat vain oheistapahtumia, joten viikkotasolla niiden suunnitteluun käytetään hänen mukaansa melko vähän aikaa ja siitä syystä tapahtumatuotanto on vielä toistaiseksi amatöörimäistä. Hän pitää hyvänä ideana myös sitä, että tapahtumavastuuta vastaisuudessa kierrätettäisiin enemmän, koska yhdellä henkilöllä ei riitä loputtomasti uusia ideoita.

## 5 LOPUKSI

Johtopäätösten tulee olla totuudenmukaisia ja perusteltavissa aineistolla (Kananen 2013, 135). Tulkinnessa on pyritty siihen, että kaikki mikä näkyy johtopäätöksissä, on tarkistettavissa myös tuloksista. Tuloksia on haluttu käsitellä laajasti, koska aihe on monipuolinen ja erilaiset toimintamallit voivat olla perusteltuja suhteutettuna eri kirjastojen toimintaympäristöihin ja olosuhteisiin. Siitä syystä on pyritty välttämään toimintatapojen ja näkemysten paremmuuden vertailua. Tarkoitus on esittää asiat niin kuin ne ovat ja siten kuvailla kirjastojen musiikkitapahtumatoimintaa kaikessa moninaisuudessaan ja vastata samalla tutkimusongelmaan ja -kysymyksiin. Opinnäytetyön yleisen linjan mukaisesti tässäkin luvussa päähuomion kohteena ovat konsertilliset tapahtumat.

Johtopäätösten jälkeen on laadittu toimeksiantajan tarpeisiin konseptipohjaisen konsertillisen musiikkitapahtumatuotannon malli. Opinnäytetyön päätteeksi vielä pohditaan opinnäytetyön prosessia ja sitä, millaisia jatkotutkimuksia aiheesta voisi tehdä.

### 5.1 Johtopäätökset

Aidoimmillaan musiikkitapahtuma on asiakkaille eli veronmaksajille, tuotettu laadukas kirjastopalvelu. Musiikkitapahtumien yleistymisen voi nähdä yhtenä ilmentymänä kirjaston tilojen kysynnän kasvusta tai yhtä lailla kirjaspalvelujen toiminnallisuuden lisäämisestä. Toisaalta musiikkitapahtumat kerryttävät kirjastojen tapahtumatilastoja, joilla voidaan perustella päättäjille sitä, että kirjasto ei ole pelkkä kirjavarasto.

Musiikkitapahtumat ovat myös hyviä tilaisuuksia markkinoida kirjaston palveluja ja kirjastoa itseään. Sen lisäksi onnistunut musiikkitapahtumatuotanto voi tuoda sitä tekeväälle kirjastolle hyvää imagoa. Cd-levyjen laskeneet lainausluvut eivät välttämättä ole motiivi järjestää tapahtumia, mutta sen vapauttavat henkilöstöresurssit ovat voineet mahdollistaa enemmän aikaa musiikkitapahtumien tuottamiseen.

Yhdessä esille tullessa näkemyksessä tuotiin ilmi, että tapahtumat tuovat kirjastoon kävijöitä ja vaikka tilastollisesti lisäkävijöitä ei ole paljon, niin nimenomaan uudet ja sellaiset asiakkaat, jotka eivät ole aikoihin käyttäneet kirjastoa, on hyvä saada kirjastoon sisään tutustumaan kirjastopalveluihin. Musiikkitapahtumatuotannon yhtenä motiivina voi olla



puhdas halu tuoda kirjasto merkittävämmäksi osaksi paikallista musiikkielämää. Toisaalta voidaan kysyä, miksi elävä musiikki ei kuuluisi kirjastoihin, jos tallennettu musiikki, nuotit ja musiikki muissa muodoissaan kuuluvat.

Perusteita ja syitä järjestää musiikkitapahtumia kirjastoon on luultavasti haasteltujen esittämien näkemysten lisäksi monia muitakin. Niiden paljoudesta voi ainakin päätellä, että perusteita musiikkitapahtumien järjestämiselle on. Toisaalta voidaan tehdä tulkinta, että kirjaston musiikkitapahtumat ovat monipuolinen kirjastopalvelu, josta on monenlaista hyötyä sekä kirjastolle että sen asiakkaille.

Tapoja tuoda musiikkitapahtumia kirjastoihin on myös monenlaisia. Yksi vaihtoehto kirjastolle on tuottaa itse tapahtumansa. Yksi haaste kirjaston itse tuottamisissa tapahtumissa voi olla, että pienestä budjetista johtuen esiintyjille voidaan parhaimmillaankin maksaa vain pieni korvaus, mikä saattaa olla osalle artisteista ongelma. Se mitä artisteille pienen korvauksen lisäksi voidaan tarjota, on markkinointi ja ainakin Metson musiikkiosastolla mahdollisuus myydä esityksen yhteydessä levyjään ja muita tuotteitaan.

Tarvittavaa budjettia on mahdollista kerryttää yhteistyökumppanuuksilla, jolloin yhteistyökumppani auttaa kirjastoa tapahtumassa rahallisesti esimerkiksi yhteistyökumppanin markkinointia vastaan. Koiviston näkemyksen mukaan päättäväältä siitä, millä tavalla yhteistyökumppani näkyy tapahtumassa, täytyy kuitenkin pitää kirjastolla. Toinen vaihtoehto on toiminnallinen yhteistyö, jossa yhteistyökumppani voi esimerkiksi tuottaa tapahtuman yhteistyössä kirjaston kanssa tai järjestää tapahtumalle esiintyjän. Hyvänä päämääränä tuloksista tuli esille ajatus, että yhteistyön pitäisi hyödyttää kaikkia osapuolia ja myös asiakkaita. Tuloksista on näkyvissä, että kaikki haastateltavat näkivät hyvät yhteistyökumppanuudet tärkeänä ja tavoiteltavana asiana kirjaston musiikkitapahtumatuotannon kannalta.

Tutkimuksesta käy ilmi, että tapahtuman esiintyjä voi löytyä myös suoraan kirjastotyöntekijän henkilökohtaisten tuttavuuksien kautta tai siten, että välittäjänä käytetään potentiaalisen esiintyjän tuntevaa ihmistä. Kävi myös ilmi, että välillä tunnettukin esiintyjä voi löytyä niin, että kontakti syntyy kirjaston asiakassuhteen kautta. Myös kirjaston tai kirjastotapahtuman hyvä maine saattaa olla syy siihen, miksi artisti esiintyy mielellään. Yksi näkemys oli, että koska kirjasto ei pysty voittoa tavoittelemattomana organisaationa kilpailemaan täysin kaupallisten toimijoiden kanssa. Silloin on hyvä idea tehdä alusta pitäen yhteistyötä juuri sellaisten esiintyjien kanssa, jotka haluavat esiintyä kirjastossa.

Haastatteluissa esitettiin myös näkemys siitä, että mitä pienempään kaupunkiin mennään, sitä vaikeampi kirjastoon on saada tunnettuja artisteja esiintymään. Toisaalta myös kaupungin vireä musiikkielämä hyödyttää kirjaston musiikkitapahtumatuotantoa ja toimintaympäristöstä johtuen paikallisuus myös näkyy.

Kaikissa haastatteluissa tuli ilmi ajatus siitä, että kirjaston tuottamassa musiikkitapahtumassa olisi hyvä olla jokin näkökulma, mikä tekee siitä kirjastotapahtuman. Tällaisiksi puoliksi mainittiin aineistolähtöisyys, informatiivinen puoli, sivistävä puoli tai se, että tarjotaan asiakkaille jotain erikoista, minkä olemassaolosta he eivät ennen tiedäneet. Näistä hyviä esimerkkejä on Metso LIVE:n käyttämät artistien tekemät suosittelulistat, jotka sitovat aineiston vahvemmin tapahtumaan, Kymppiklubin informatiivinen artistin uraa käsittelevä keskustelutilaisuuspuoli tai Turun pääkirjaston järjestämä guzheng-konsertti, joka on sivistävä siinä mielessä, että käytetty instrumentti on suomalaisille varsin eksoottinen. Puhtaasti viihteellisiä musiikkitapahtumia voidaan myös kuitenkin järjestää. Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että muiden kirjastopalvelujen tuominen tapahtumien yhteyteen nähdään tärkeänä asiana.

Kaikenlaiset artistit, paitsi avoimen syrjivät, nähtiin sopiviksi esiintymään kirjastossa. Missään haastattelussa ei tullut ilmi, että haastateltavat olisivat törmänneet musiikkitapahtumien tiimoilta tilanteeseen, jossa sellaiseen olisi tarvinnut puuttua ja Impivaara epäilikin, etteivät sen kaltaiset artistit edes kirjastoon halua.

Tuloksista käy ilmi, että yksi asia, mikä voi rajoittaa esiintyjän valintaa on artistin musiikin kovaäänisyys. Kirjaston tilojen akustiikka voi olla sellaista, että kovaääninen musiikki ei toimi, eikä tiloja ole usein suunniteltu niin, että ne eristäisivät äänen pois muista kirjaston tiloista. Kirjasto 10:lle kova äänenvoimakkuuskaan ei ole ollut ongelma, vaan kirjastossa oli järjestetty punk-konsertti, jossa on soitettu peräti rock-klubin äänenvoimakkuudella.

Tutkimuksessa tuli esille myös Impivaaran näkökulma, että musikit voivat esiintyä tapahtumissa muutenkin kuin konsertoimalla. Tästä esimerkkinä mainittiin, että artistille voisi olla mielekkäämpää tulla soittamaan kirjastoon suosikkilevyjään, mikä tarjoaisi myös asiakkaille mahdollisesti sellaista uutta tietoa artistista, mitä he eivät muualta saisi.

Yksi vaihtoehto musiikkitapahtumien järjestämiseen on suunnitella Kymppiklubin tai Metso LIVE:n kaltainen konsepti. Tutkimuksesta käy ilmi, että konseptit vaativat pitkäjänteistä työtä, mutta onnistuneina voivat hyödyttää kirjastoa esimerkiksi hyvän imagon ja maineen muodossa. Tapahtumakonseptissa voidaan sekoittaa useita erilaisia puolia, kuten konsertillinen osuus, haastattelu, paneelikeskustelu, elokuvallinen puoli, aineistot,

tietopalvelu tai musiikin soittaminen levyltä. Yksi hiukan konseptin kaltainen tutkimuksessa ilmi tullut tapa on tapahtumien järjestäminen sarjoina.

Haastatteluissa ilmeni, että on mahdollista antaa asiakkaan tuottaa oma musiikkitapahtumansa kirjaston tiloissa, mihin jopa 80% Kirjasto 10:ssä järjestetyistä tapahtumista perustuu. Kirjasto 10:n käytäntö on Kokkosen mukaan se, että asiakkaalle tarjotaan tilojen lisäksi apua teknisessä toteutuksessa ja markkinoinnissa. Vaikka esiintyjä ei ansaitse tapahtumasta mitään, niin monille pelkkä mahdollisuus esiintyä voi olla riittävä motiivi.

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että markkinointi sosiaalisessa mediassa on erittäin tärkeää. Eniten sosiaalista mediaa hyödynnetään Metson musiikkiosastolla, jossa käytössä oli ainakin Facebook, Twitter, Periscope Instagram ja Youtube. Koiviston mukaan Metson musiikkiosastolla tapahtumia jälkimarkkinoidaan kuvien lisäksi lataamalla Youtubeen videoita tapahtumista. Sen lisäksi Metson musiikkiosastolla oli tapahtumia lähetetty nettiin jo suorana lähetyksenäkin. Sosiaalisen median käytössä Metso on muita huomattavasti aktiivisempi.

Muina markkinointiväylinä käytettiin kirjaston verkkosivuja, paikallisia ja valtakunnallisia lehtiä, kirjaston tiloja ja jalkautuvaa markkinointia julisteiden kiinnittämisen muodossa. Näitä tehtiin opistoihin, levykauppoihin, soitinliikkeisiin, baareihin, kauppoihin, kahviloihin, elokuvateattereihin ja palvelutaloihin. Kokkonen mainitsi, että myös hyvä maine poikii lehtijuttuja ja blogijuttuja, jotka nekin ovat eräänlaista markkinointia.

Tulevaisuudessa Turun pääkirjaston musiikkiosastolla tullaan kehittämään yhteistyökumppanuuksia ja Impivaara näkeekin, että musiikkitapahtumatuotanto tulee kehittämään henkilöstöresurssien lisäämisen myötä. Tapahtumista taltioitujen videoiden lataamisen Youtubeen hän näkee tulevaisuudessa kehitettävänä ideana. On myös mahdollista, että tulevaisuudessa Turun pääkirjaston musiikkiosastokin suunnittelee oman tapahtumakonseptinsa.

Koivisto näkee, että Metso LIVE:ssä tulee tulevaisuudessa olemaan paremmin esillä myös e-aineistot. Metson musiikkiosasto haluaa myös solmia uuden yhteistyökumppanuuden jonkin tahon kanssa, jotta se tulisi hoitamaan Metso LIVE:n videotaltioinnit. Muuten Koivisto näkee, että on edelleen kehitettävä erilaisia yhteistyökuvioita, tekniikkaa ja uusia ideoita. Samaan aikaan on toimittava nykyhetkessä, katsottava hiukan tulevaisuuteen ja oltava etulinjassa kirjasto- ja musiikkimaailmassa.

Kirjasto 10 tulee lopettamaan toimintansa vuoden 2018 aikana, joten Kokkosen visiot kohdistuivat tulevaisuudessa avattavaan keskustakirjasto Oodiin. Hän visioi Oodin terrassin kahvilassa järjestettävistä levynsoittoiltoista ja suurten arvioitujen kävijämäärien aiheuttaman kiinnostuksen myötä syntyvistä mahdollisuuksista uusiin yhteistyömalleihin ja sen monenlaisten tilojen käyttömahdollisuuksista.

Sen lisäksi hänen mukaansa Helsingissä tulevaisuudessa tehtävä toimialamuutos, jossa kirjastosta tulee samaa virastoa kulttuuriasiakseksuksen kanssa tuo lisää ammattimaisuutta ja henkilöstöresursseja kirjaston kulttuurituotantoon. Tämä mahdollistaa suurempien tapahtumien järjestämisen. Myös yhteistyö esimerkiksi Helsingin kaupunginorkesterin kanssa on mahdollista toteuttaa. Lisäksi yksi uudistus saattaa olla, että musiikkitaapahtumat tuotanto keskitetään. Keskitetysti suunniteltuja tapahtumia aletaan monistamaan eri kirjastoihin niin, että pienemmätkin kirjastot pääsevät nauttimaan laadukkaista musiikkitapahtumista.

Kirjaston konsertillisten musiikkitapahtumien järjestäminen on siis monipuolista toimintaa, johon toimintaympäristö vaikuttaa esimerkiksi paikallisen toimijoiden, musiikkielämän ja kuntalaisten kautta. Tapahtumien luonnetta määrittävät kirjastotilat käytettävyytensä kautta. Toiminnan tasoa määrittää siihen osoitettujen taloudellisten ja henkilöstöresurssien määrä. Tutkimus osoitti, että Suomessa tehdään innovatiivista musiikkitapahtumatuotantoa, jossa näkyvät kunkin kirjaston omat erityispiirteet. Voidaan sanoa, että kirjaston konsertilliset musiikkitapahtumat auttavat liittämään kirjaston entistä tiukemmin luonnolliseksi osaksi paikallista musiikkielämää.

Tutkimuksen kohteena olleet kirjastot ovat yksittäistapauksia ja keskivertoa suurempia toimijoita kirjastomaailmassa, ei tutkimustulosta voida yleistää koskemaan kaikkia kirjastoja Suomessa. Tutkimuksen hyödyn voi nähdä hyviä toimintatapoja ja ideoita sisältävänä opettavaisena selvityksenä siitä, millä tavoin nykyaikaisia konsertillisia musiikkitapahtumia voidaan järjestää. Opinnäytetyö on ensimmäinen tämän kokoluokan selvitys aiheesta Suomessa ja onnistui hyvin olemattomasta lähdekirjallisuudesta huolimatta.

Yksi ilmeinen kehitysehdotus kirjastotapahtumien yleistyessä olisi lisätä kirjastoalan koulutukseen enemmän kulttuurituotantopuolta. Puhtaan tapahtumatuotannon lisäksi hyvänä esimerkkinä siitä on Metso LIVE:n tapahtumista tuotetut videot sosiaaliseen mediaan. Tapahtumien lisääntyessä jatkuvasti, kirjaston oman sisällön tuottaminen tulee luultavasti lisääntymään ja kulttuurituotannolliset valmiudet toisivat lisää ammattimaisuutta toimintaan.

## 5.2 Konseptipohjaisen konsertillisen tapahtumatuotannon malli

Toimeksiantajan tarpeisiin on laadittu malli, johon on kuvattu tapa tuottaa konseptipohjainen konsertillinen musiikkitapahtuma. Konsepti antaa hyvän pohjan tapahtumatuotannolle, markkinoinnille ja yhteistyökumppanuuksille. Toistuvana tapahtumana se voi kasvattaa ajan myötä kirjaston mainetta laadukkaiden tapahtumien tuottajana.

Taulukko 1. Konseptipohjaisen konsertillisen tapahtumatuotannon malli.

1. Konseptin teeman kehittäminen.	Konseptiin on hyvä kehittää jotakin, mikä tekee siitä kirjastotapahtuman, kuten informatiivinen tai aineistollinen puoli. Konsepti on myös hyvä mitoittaa sopivaksi kyseisen kirjaston tilojen ominaisuuksiin.
2. Tekijänoikeusasioiden kartoitus, jos sitä ei ole vielä tehty.	Kirjastossa voidaan esittää musiikkia kunnan hankkiman luvan turvin. Jos tapahtuma toteutetaan kirjaston ulkopuolisen yhteistyökumppanin kanssa, pitää hankkia erillinen lupa. Konserteista täytyy tehdä aina jälkikäteen ilmoitus Teostolle.
3. Tarvittavan äänentoistolaitteiden hankinta, jos sitä ei ole ennestään.	Äänentoistolaitteet suunnitellaan sen mukaan, millaisia esiintyjiä tapahtumiin halutaan. Tarvitaan myös henkilö, jolta on osaamista niiden käyttämiseen.
4. Tapahtuman suunnittelu.	Suunnitteluvaiheessa päätetään kenen tai minkä teeman ympärille tapahtuma järjestetään.
5. Yhteydenotto artistiin ja muihin esiintyjiin, kuten keskustelutilaisuuden osanottajiin	Lähestytään artistia ja neuvotellaan, millä ehdoin hän olisi valmis esiintymään tapahtumassa.
6. Yhteistyökumppanien kartoitus.	Yhteistyökumppanit voivat auttaa kirjastoa taloudellisesti, jotta artistille voidaan maksaa kohtuullinen palkka. Kirjasto voi antaa yhteistyökumppanin markkinoida itseään kirjaston tiloissa. Tapahtuman esiintyjä voi tulla myös yhteistyökumppanin kautta jolloin tämä kohta yhdistyy edelliseen.
7. Tapahtuman markkinointi.	Kaikki tapahtumaan osallistuvat osapuolet voivat markkinoida tapahtumaa, jolloin saadaan suurin mahdollinen huomio. Markkinointia voidaan tehdä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, lehdistä, kirjaston tiloissa ja jalkautuvasti kirjaston ulkopuolella.
8. Tapahtuman toteutus	Valmistellaan tila tapahtumaa varten tuolein ja äänentoistolaittein, tuodaan sisään esiintyjän käyttämät soittovälineet, hankitaan esiintyjille syötävää takahuoneeseen, tehdään tarvittaessa soundcheck ja toteutetaan tapahtuma.
9. Jälkimarkkinointi	Jälkimarkkinointia voidaan tehdä esimerkiksi kuvin ja videoin sosiaalisessa mediassa. Videoiden kohdalla on kartoitettava lupa-asiat ja pyydettävä artistilta suostumus.

### 5.3 Pohdintaa aiheesta

Tutkimuksen aihe, eli kirjaston konsertilliset musiikkitapahtumat, oli sikäli vaikea aihe, että varsinaista teoriakirjallisuutta aiheesta ei ollut saatavilla. Teoreettisen viitekehyksen kannalta oli haastavaa, että tapahtumatuotannosta löytyy kirjastotasolla erittäin vähän kirjallisuutta. Tästä syystä päädyttiin ratkaisuun käyttää paljon yleisen tapahtumajärjestämisen teoriaa, jonka siirtäminen kirjastokontekstiin ja varsinkin kirjaston musiikkitapahtumien kontekstiin, oli vaikeaa. Teoreettinen viitekehys rakennettiin siis yleisen tapahtumajärjestämisen teorian ympärille ja palapelin paloin ympärille lisättiin kirjastonäkökulmaa ja musiikkitapahtumatuotannon näkökulmaa, jotta saatiin rakennettua lopullisen teoreettisen viitekehyksen synteesi.

Teoria ja käytäntö kohtasivat tämän opinnäytetyön kohdalla yllättävänkin hyvin. Käytännön tasolla asioita ei tehty niin kaavamaisella tavalla, mitä teoria antoi ymmärtää. Tämän näen osittain henkilöstöresursseja säästävänä asiana, koska tapahtumatuotanto ei ole suinkaan haastateltavieni ainoa tehtävä. Toinen syy teorian jäykkyyteen johtunee siitä, että teoria oli suunniteltu toimimaan myös huomattavasti kirjaston tapahtumaa suuremman kokoluokan tapahtumissa.

Opinnäytetyön aiheen valinta osui kuitenkin oikeaan. Sisäinen motiivi oli suurin tekijä tutkimuksen onnistumiselle. Vaikka teoreettisen viitekehyksen kanssa oli materiaalin vähyytensä takia haasteita, tyytyväisyyttä lisää se, että tutkimus on ensimmäinen Suomessa aihetta tällä laajuudella käsittelevä teksti, jonka päälle voi keksiä helposti uusia tutkimuskohteita.

Yksi jatkotutkimuksen näkökulma voisi olla syventyminen kirjaston yhteistyöhön muiden toimijoiden, kuten esimerkiksi artistien kanssa. Voitaisiin esimerkiksi järjestää ideointityöpaja kehittämään uusia yhteistyön malleja. Se voisi olla kirjaston musiikkitapahtumatuotantoa kehittävä hanke. Tutkimuksen voisi myös asettaa syventymään johonkin opinnäytetyössä olevaan osa-alueeseen, joka ei tässä tutkimuksessa tullut käsitellyksi niin tarkasti. Tällaisia ovat muun muassa muiden kirjastopalveluiden liittäminen musiikkitapahtumiin ja se, miten niitä tulevaisuudessa pystyttäisiin liittämään luontevasti vielä monipuolisemmin.

## LÄHTEET

Haasio, A. 2013. Sosiaalinen media ja kirjastot. Helsinki: Avain.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Juntunen, A. & Saarti, J. 2014. Ulos kirjastosta. Kirjastojen markkinointiviestintä. Helsinki: Avain.

Jyrä, J. 2010. Nupit kaakkoon. Musiikkitilaisuuden järjestäminen. Helsinki: Kirjapaja.

Kananen, J. 2013. Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kauhanen, J.; Juurakko, A. & Kauhanen V. 2002. Yleisö tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Kirjastohakemisto. Viitattu 18.9.2017 <https://hakemisto.kirjastot.fi/>

Kirjastokaista. Esittelyssä kymppiklubi. Viitattu 18.9.2017 <http://www.kirjastokaista.fi/esittelyssa-kymppiklubi/>

Laki yleisistä kirjastoista 29.12.2016/1492. Viitattu 21.9.2017 <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2016/20161492#P6>

Litmanen-Peitsala, P. 2015. Musiikki kirjastossa ja Teosto-maksut. Kirjastot.fi. Viitattu 16.9.2017 <https://www.kirjastot.fi/uutiset/ajankohtaista/musiikki-kirjastossa-ja-teosto-maksut-04105>

Ojasalo, K.; Moilanen T. & Ritalahti J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017. Suomen yleisten kirjastojen tilastot. Viitattu 16.9.2017 <http://tilastot.kirjastot.fi/>

Peltari, T. 2015. Metson musiikkiosaston palkinto kannustaa eteenpäin. Musiikki kuuluu kaikille. Musiikkikirjastolaisten blogi. Viitattu 17.9.2017 <http://musiikkikuuluukaikille.musiikkikirjastot.fi/2015/11/30/metsan-musiikkiosaston-palkinto-kannustaa-eteenpain/>

Potter, N. 2012. Library Marketing Toolkit. London: Facet Publishing

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 22.9.2017 <http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus>

Tampereen kaupunginkirjaston Youtube-kanava. Viitattu 18.9.2017 <https://www.youtube.com/user/TampereenKirjasto/>

Tampereen kaupunki. Viitattu 18.9.2017 <https://www.tampere.fi/>

Teosto. Musiikki kunnan toiminnassa. Esite. Viitattu 16.9.2017 [http://www.teosto.fi/sites/default/files/files/Musiikki\\_kunnan\\_toiminnassa.pdf](http://www.teosto.fi/sites/default/files/files/Musiikki_kunnan_toiminnassa.pdf)

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5. uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma.

Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOY

Yleisten kirjastojen neuvosto 2016. Yleisten kirjastojen neuvoston strategia 2016-2020. Viitattu 17.9.2017  
<https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/yleisten-kirjastojen-suunta-2016-2020-web.pdf>